

قسم : علوم الاعلام و الاتصال
تخصص : اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

الرموز الثقافية والسياسية لبروباغندا الكيان الصهيوني في الصور الإعلامية عبر منصة X

دراسة تحليلية سمبولوجية لعينة من الصور على حساب إسرائيل بالعربية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذة(ة):
أ.د بوطورة أكرم.

من إعداد الطلبة:
1. خلادي ريان

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بلخيري رضوان	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
بوطورة أكرم	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
ربوح معمر	أستاذ مساعد - أ -	عضوا ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

قال تعالى " و من يشكر فإنما يشكر لنفسه" لقمان 12 □
بادئ الأمر أبدأ بشكر الله سبحانه وتعالى على ما أسبغه علينا
من نعم وتيسير للسبيل فلك الحمد والشكر في كل وقت و
حين ، كما أتقدم بالشكر الخالص للأستاذ المشرف على هذا
العمل البروفيسور أكرم بوطورة لن توفيك كل عبارات الشكر
حقك من كنت خير عون لي طيلة مساري الاكاديمي في
جامعة الشيخ العربي التبسي ناصحا ومؤظرا وأستاذا استفدت
من علمه الكثير و من شخصه شكرا لك ، أشكر كل من
ساهم في تكويني وتوجيهي لتحصيل المعارف محاولين جعل
كل طالب منا شخصا مميزا أساتذتنا الكرام شكرا لكم
كل باسمه وصفته □

كما أشكر كل من كان سندا لي كل من كان دعاؤه

بالتوفيق لي أهلي ، أحبتي ، أصدقائي □

كما أشكر زميلي في دفعة 2020 الدكتور

حسام منصور على إعادتي منذ البداية لإنجاز

هذه المذكرة □

إهداء

بسم خالقي و مسير أموري و عصمت أمري لك كل الحمد و الإمتنان
على البدء و الختام و آخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين
لم تكن الرحلة قصيرة و لا ينبغي لها أن تكون أهدي هذا العمل
لنفسي

أولا لأنني أمنت دائما أن امرأة بعزيمة حديدية لا يليق بها الانطفاء أو
الهزيمة

إلى والدتي دنياء التي كان دعاؤها سر نجاحي التي مهدت لي الطريق و
سعت من أجل وقوفي في منابر العلم و العمل إلى التي حرصت أن يكون
اسمي مربوطا لنجاح و أن أكون أفضل نسخة أستطيع أن أصل لها عن
نفسي لكي كل الشكر رعاك الله و حفظك

إلى مرضعتي و أخواتي خاصة أختي الصغيرة سندي و التي راهنت على
نجاحي دائما

إلى عائلتي الكبيرة البعيدة في المسافة القريبة من قلبي دائما
إلى رفقاء الدرب و الطريق و كل من ساعدني و شاركني خطوات انجاز
عملي ممتنة لكم جميعا

أهدي عملي الذي يدور موضوعه حول القضية الفلسطينية و التواجد
الصهيوني فوق أراضينا المقدسة أهديه لكل حر شريف يدافع عن
القضية بما يستطيع إلى إخواننا في فلسطين التي لا يسعنا إلا أن نحملهم
في دعواتنا راجية أن تقدم أعمال علمية قادمة في زمن نحتفل فيه بزوال
الإحتلال الصهيوني الغاشم نتطرق فيها كيف هزمته المقاومة
الفلسطينية الحرة كيانا تقف وراءه منظومة عالمية ترعى الظلم و
العدوان

أخيرا اللهم أنفعني بما علمتني و أن تعلمني ما أجهل

و اجعله حجة لي لا علي.

الفهرس



الصفحة	العنوان
أ	مقدمة
الفصل المنهجي	
05	<u>الإشكالية:</u>
06	الدراسات السابقة:
20	أسباب اختيار الموضوع :
21	أهمية الدراسة :
21	أهداف الدراسة :
22	مصطلحات ومفاهيم الدراسة
23	- الاجراءات المنهجية:
24	- - مجتمع البحث و عينته :
25	- ادوات جمع البيانات:
الفصل الثاني: البروباغندا والقضية الفلسطينية	
29	المبحث الأول: البروباغندا و الدعاية
29	1-1 مفهوم البروباغندا-
30	2-1 الخلفية التاريخية للبروباغندا-
31	3-1 أنواع البروباغندا-
32	4-1 تقنيات البروباغندا -
32	5-1 ميكانيزمات البروباغندا عند ادوارد بيرنيز
33	6-1 طرق التضليل التي تعتمد عليها البروباغندا عند هربرت شيلر-
35	7-1 إنجازات البروباغندا حسب نعوم تشومسكي-
36	1-2 مفهوم الدعاية -
37	2-2 نشأة الدعاية-
38	3-2 أنواع الدعاية-
39	4-2 تقنيات الدعاية -
40	5-2 أساليب الدعاية-
42	6-2 سمات الخطاب الدعائي-
43	المبحث الثاني : الدعاية الصهيونية و القضية الفلسطينية
43	1-1 تعريف الدعاية الصهيونية-
44	2-1 الجذور التاريخية للدعاية الصهيونية-
45	3-1 سمات الدعاية الصهيونية -

46	4-1 دور الدعاية الصهيونية في تأسيس الكيان الصهيوني-
47	5-1 أساليب الدعاية الصهيونية-
48	6-1 أدوات الدعاية الصهيونية
50	1-2 تعريف القضية الفلسطينية-
50	2-2 الخلفية التاريخية للقضية الفلسطينية-
51	3-2 أهم المؤتمرات الدولية في تاريخ القضية الفلسطينية-
53	4-2 ابرز سياسيات التهويد و التقسيم على الأراضي الفلسطينية المحتلة-
54	5-2 القضية الفلسطينية و الرأي العام العالمي -
55	6-2 القضية الفلسطينية و الرأي العام العربي-
الفصل الثالث : الصورة الإعلامية و سيميائية	
60	المبحث الأول: الصورة و الصورة الإعلامية
60	1-1 مفهوم الصورة -
61	2-1 أنواع الصورة-
62	3-1 العناصر البنائية للصورة-
63	4-1 وظائف الصورة -
63	5-1 خصائص الصورة -
64	1-2 مفهوم الصورة الإعلامية-
65	2-2 أساليب تشكيل الصورة الإعلامية -
65	3-2 أهمية الصورة الإعلامية -
66	4-2 وظائف الصورة الإعلامية
67	6-2 الصورة الإعلامية و صناعة الرأي العام -
68	7-2 الصورة الإعلامية و البيئة الرقمية -
69	المبحث الثاني : سيميولوجيا الدلالة و الرمز
69	مفهوم الدلالة-
69	1-1 نشأة علم الدلالة-
70	2-1 أنواع الدلالات-
70	3-1 الإتجاهات النظرية في علم الدلالة -
72	4-1 علاقة الدلالة بالرمز-
73	1-2 مفهوم الرمز-
74	2-2 نشأة الرمز-
74	3-2 أنواع الرموز-

75	4- نظريات علم الرمز-
الفصل التطبيقي	
83	الكاريكاتور رقم (01)
88	الكاريكاتور رقم (02)
93	الكاريكاتور رقم (03)
98	الكاريكاتور رقم (04)
103	الكاريكاتور رقم (05)
108	الكاريكاتور رقم (06)
111	الكاريكاتور رقم (07)
118	الكاريكاتور رقم (08)
123	الكاريكاتور رقم (09)
127	الكاريكاتور رقم (10)
131	الكاريكاتور رقم (11)
136	الكاريكاتور رقم (12)
142	نتائج الدراسة
150	الخاتمة
/	ملخص

مقدمة



تعد البروباغندا وسيلة أساسية في نشأة والتأسيس للكيان الصهيوني فقد تم الإعتماد عليها منذ ظهور الحركة الصهيونية أواخر القرن السابع عشر وهذا راجع أساسا لقوة وسائل الإعلام وتأثير الصورة في المتلقي وخلق وتغيير الرأي العام الذي كان محط اهتمام اليهود الصهاينة في الحصول على الدعم والقبول لاحتلال الأراضي الفلسطينية او الأرض المقدسة أرض الميعاد حسبهم ، ومع التطورات الحاصلة في العالم آخر قرن جاءت التكنولوجيا و الأنترنت لنا بمواقع ومنصات التواصل الإجتماعي التي تعتبر فضاءات للتواصل الفكري والتعبير عن الرأي وإبقاء العالم ضمن مصطلح العولمة ، فتواجد الكيان الصهيوني في هذه المواقع يعد ظاهرة بعدد الصفحات بلغات متعددة كل هذا في إطار البروباغندا الصهيونية التي تعتبر أساسا لقيام دولة الكيان عبر التزييف والخداع خدمة لأيديولوجيات معينة .

و هذه الدراسة تتناول الرموز السياسية و الثقافية في بروباغندا الكيان الصهيوني و لقلة الدراسات التي حلتت مضامين الصفحات الإسرائيلية عبر منصة X (تويتر سابقا) قررنا أن تكون صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X هي من نختار عينتنا منها و هي صفحة رسمية لدولة الكيان الصهيوني تمثل أيديولوجياتها و آراءها فخصصت دراستنا لاستخلاص دلالات الرموز السياسية و الثقافية لبروباغندا الكيان الصهيوني في الصور الإعلامية التي يتم نشرها على هذه الصفحة دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الإعلامية لصفحة إسرائيل بالعربية

حيث تم تقسيم الدراسة الى أربعة فصول:

- الفصل الأول: الاطار المنهجي
- الفصلين الثاني والثالث: الاطار النظري
- الفصل الرابع: الاطار التطبيقي

بالإضافة الى مقدمة وخاتمة.

تناولنا في المقدمة البروباغندا الصهيونية و مساهمتها في تأسيس دولة الكيان الصهيوني عبر مواقع التواصل الإجتماعي وفي الفصل الأول تطرقنا الى الخطوات المنهجية لإنجاز هذه الدراسة، انطلاقا من تحديد المشكلة التي تبحث عن دلالات الرموز السياسية و الثقافية التي وظفت لإنجاح بروباغندا الكيان الصهيوني عبر الصور الإعلامية ، واندرجت ضمنها تساؤلات فرعية، التي تعتبر تفصيلا للتساؤل الرئيسي الى أسباب اختيار الموضوع واهمية الدراسة وأهدافها، ثم قمنا بتحديد المفاهيم الأساسية للموضوع والدراسات السابقة التي كانت مساعدة في انجاز المذكرة بالإضافة الى اعتمادنا المقاربة السيميولوجية، مقارنة مارتن جولي، وأدوات تحليل البيانات، اما الاطار النظري فقد قسمناه الى:

الفصل الثاني: والذي تناولنا فيه مبحثين أساسيين هما

المبحث الأول: البروباغندا و الدعاية .

المبحث الثاني: تناولنا فيه كل ما يخص الدعاية الصهيونية و القضية الفلسطينية .

الفصل الثالث: الذي تناولنا فيه أيضا مبحثين هما:

المبحث الأول: الصورة و الصورة الإعلامية .

المبحث الثاني: فقد تطرقنا فيه الى كل ما يتعلق بسميولوجيا الدلالة و الرمز.

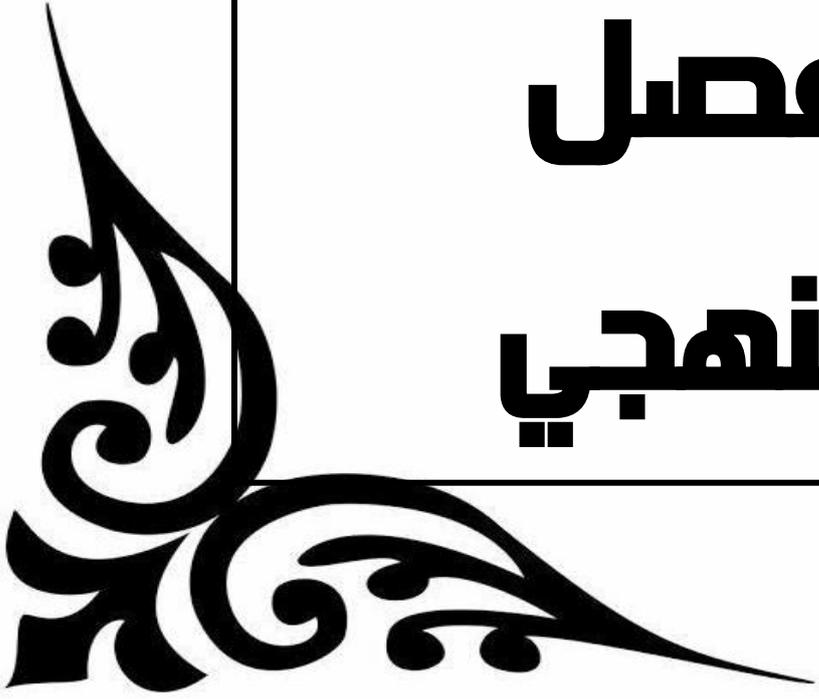
اما الإطار التطبيقي، فقد قمنا بتصميم بطاقتين فنيتين عن منصة X و صفحة إسرائيل بالعربية ، لأتي

بعدها تحليل الصور الإعلامية من خلال مستوي التحليل التعييني والتضميني، ثم قمنا بعرض نتائج

الدراسة لنصل أخيرا الى وضع خاتمة لموضوع الدراسة.

الفصل

الوهمجي



الإشكالية:

إن قيام الكيان الصهيوني أو ما يعرف بإسرائيل كان على مجموعة من الإدعاءات الدينية والتاريخية كالحق في أرض الميعاد وأنهم الشعب المختار كما أعطل محرقة الهولوكوست لهؤلاء الأشخاص دور الضحية والشعب المضطهد الذي وجب على الكل دعمه في الاستقرار في الأرض المقدسة فلسطين كل هذا جعل من الدعاية الوسيلة الأقدم التي انتبه لها اليهود وعملوا على رسم روايتهم بها وتعزيزها عبر التدليس وتحريف الحقائق ولعل إمتلاك اليهود للإمكانيات المادية وسيطرتهم منذ بداية القرن 20 على الإعلام العالمي حيث يعتبر معظم مالكيه هم من اللوبي اليهودي والذي ساعدهم على غسل الأدمغة عالميا والتأسيس لهذا الإحتلال على أنه إسترجاع حقوق .

لقد كان للعمل الدعائي الصهيوني الأثر البالغ في تحقيق أهداف هذا الكيان في إقناع العالم الغربي لإعطاء الشرعية في إحتلال الاراضي الفلسطينية وتم إستعمال العديد من الأساليب الدعائية عبر وسائل الإعلام المختلفة: كالصحافة المكتوبة والإذاعة و التلفزيون و السينما وصولا لمواقع التواصل الإجتماعي هذه الأخيرة التي أفرزتها لنا الثورة التكنولوجية و التي جاءت للتواصل و تبادل الأفكار و المعلومات والآراء ، لكن إستخدام الكيان الصهيوني لهاته المنصات يختلف فإمتدادا للبروباغندا التي يصنعها في باقي الوسائل كان أيضا تواجهه في هذه المنصات تكملة حيث أنه أول من أسس للعمل العسكري و التعريف بهذا الكيان عبر 350 صفحة ناطقة بأكثر من 50 لغة وهذا وحده ظاهرة مستجدة مما يدل على الأهمية الكبيرة التي يولمها الكيان للآلة الإعلامية حيث يتم مخاطبة كل المجتمعات و توجيه مجموعة من الأيديولوجيات التي تخدم الرواية الإسرائيلية عبر نشر حقائق مشوهة أو مختلفة و هذا لخلق صورة ذهنية حسنة عن ما يعرف بدولة إسرائيل ، ولعل ما يثير الإهتمام هي مجموعة الصفحات الناطقة باللغة العربية و التي تعتبر الأكثر تفاعلا مقارنة بباقي الصفحات بلغات أخرى فإهتمام إسرائيل بهاته الصفحات خصوصا بإعتبار القضية الفلسطينية بالنسبة للشعوب العربية قضية قومية و عقائدية و هو ما يتمنى الكيان أن يتلاشى مع الزمن كما وجود هذه الشعوب على حدود الكيان الصهيوني يجعله يعمل على خلق نوع من القبول به كأمر واقع

و من بين المنصات التي يعمل عليها الكيان الصهيوني هي منصة تويتر سابقا و X حاليا و قد وقع إختيارنا على دراسة إحدى الصفحات الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية "صفحة إسرائيل بالعربية" على منصة X وهذا لقلة الدراسات التي حللت مضامين هاته الصفحات عبر تويتر مقارنة بباقي المنصات خاصة الفيسبوك ، و قد جاءت دراستنا هذه للبحث في الدلالات الكامنة وراء الرموز السياسية و الثقافية

الفصل المنهجي

الموجودة في الصور التي تنشرها هذه الصفحة لصناعة البروباغندا الصهيونية معتمدين في ذلك على مقارنة مارت جولي السيميولوجية للإمام بمختلف المعاني الصريحة و الضمنية و عليه نطرح التساؤل التالي:

- ما دلالات الرموز السياسية و الثقافية المستخدمة في بروباغندا الكيان الصهيوني من خلال الصور الإعلامية لصفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X ؟

حيث يندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما الدلالات التي تحملها الرموز السياسية و الثقافية في الصور الإعلامية على صفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X ؟
- ماهي أساليب البروباغندا التي يستخدمها الكيان الصهيوني في الصور الإعلامية عبر منصة X ؟
- ماهي الإيحاءات الصريحة و الضمنية التي تبرز توظيف الرموز السياسية و الثقافية في البروباغندا الصهيونية على صفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X ؟

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية :

الدراسة الاولى:

اسم صاحب الدراسة	مصطفى شكري محمد علوان
عنوان الدراسة	صورة الأنا و الآخر في مضامين مواقع التواصل الإجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية "الفايسبوك" نموذجاً...دراسة تحليلية .
السنة	أكتوبر 2020
الاشكالية	حول الصورة التي تريد أن تعكسها إسرائيل حول نفسها من خلال المضامين التي تبثها في مواقع التواصل الإجتماعي و تحديدا على صفحة إسرائيل تتحدث العربية عبر الفاييسبوك .
التساؤلات	<p>ما الموضوعات والقضايا المقدمّة عبر صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية" و"أفيخاي أدري"، على الفيس بوك خلال فترة الدراسة؟.</p> <p>2. ما أهداف المضامين المقدمّة من خلال صفحتي الدراسة؟.</p> <p>3. إلى أي مدى يوجد تشابه أو اختلاف بين صفحتي الدراسة في رسم معالم صورة الأنا والآخر؟.</p> <p>4. ما ملامح صورة الأنا وصورة الآخر في صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية، و"أفيخاي أدري"؟.</p> <p>5. كيف استخدمت الصفحات الإسرائيلية – عينة الدراسة -عناصر الإبراز مع المضامين الإعلامية المقدمة؟.</p> <p>6. ما مستوى تفاعل مستخدمي صفحات التواصل الاجتماعي مع المضامين الإعلامية المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية – عينة الدراسة -على الفيس بوك؟</p>
المنهج	اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي، بالإضافة إلى المنهج المقارن، وذلك للمقارنة بين أوجه الشبه والاختلاف للصورة المقدمة للذات وللآخر في صفحة الدراسة.
مجتمع وعينة البحث	يتمثل مجتمع البحث في الصفحات الإسرائيلية الرسمية المقدمة باللغة العربية على "الفيس بوك" وتم اختيار " الفيس بوك " كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي نظراً لكونه الأكثر انتشاراً واستخداماً في العالم العربي.

النتائج	
	<p>- كثافة وتنوع المضامين الإعلامية المقدمة عبر صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري"، بهدف الوصول إلى شرائح متعددة ومتنوعة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي العرب.</p> <p>- وجود تماثل واضح بين صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" في رسمهما لملامح صورة الأنا والآخر، وأحياناً تكون المنشورات واحدة على الصفحتين، مما يشير إلى وجود تنسيق بين القائمين على إدارة الصفحتين.</p> <p>- تنوعت هوية الأنا "المقدمة خلال المضامين المنشورة ما بين هوية إسرائيلية ويهودية، والاثنتان معاً)، وجاءت الهوية الإسرائيلية في المركز الأول بنسبة (%) 86,9 تلتها الهوية اليهودية في المركز الثاني بنسبة (%) 7,7 ، في حين تم تقديم الهويتين الإسرائيلية واليهودية معاً بنسبة (%) 5,4</p> <p>- حرصت كل من صفحتي "إسرائيل تتكلم بالعربية"، و"أفيخاي أدري" على تقديم صورة الأنا "الإسرائيلية أو اليهودية بشكل إيجابي، من خلال عدد من السمات الإيجابية بلغت (14) صفة إيجابية، التي تسعى إلى تسويق النموذج الإسرائيلي في صورة الدولة الصديقة المسالمة والمحبة للشعوب العربية وللإنسانية، إضافة إلى كونها تتمتع بالديموقراطية والتقدم والرفاهية، والتميز في مجالات الابتكار والفن بوالثقافة والتكنولوجيا، والدفاع عن الوطن وسلامة المواطنين، وإظهار العداء تجاه الحركات والمنظمات الجهادية الإسلامية والدول المعادية لإسرائيل.</p> <p>- تم تحديد (35) هوية للآخر – خلال فترة الدراسة -تم تقسيمها ما بين هوية (عربية، وإقليمية، ودولية) فعلى المستوى العربي تم التركيز على عدد من الدول العربية تمثلت في (فلسطين، ومصر، ولبنان، وسوريا، والإمارات، والمغرب، والأردن) وعلى المستوى الإقليمي تم التركيز على دولتي (إيران، وتركيا)، وعلى المستوى الدولي تم التركيز على دولة (الولايات المتحدة الأمريكية).</p>
<p>اهم توصيات الدراسة</p>	<p>* ضرورة تفعيل دور المؤسسات الإعلامية العربية في تحصين الجمهور العربي، وتوعية الشباب بتاريخ الصراع العربي الإسرائيلي، وذلك من خلال إيجاد استراتيجية إعلامية عربية موحدة قابلة للتطبيق، تقوم بإظهار حقيقة صورة الاحتلال الإسرائيلي، الذي يسعى إلى محو التاريخ الفلسطيني، وإثبات أحقية إسرائيل في احتلالها للأراضي الفلسطينية، وقطع أية علاقة عربية وفلسطينية بالأراضي المحتلة.</p> <p>* أهمية إنشاء منصات إعلامية عربية متخصصة، باللغة العبرية واللغات الحية لمخاطبة الرأي العام الإسرائيلي، والرأي العام الدولي، لمواجهة الخطاب الدعائي الإسرائيلي، الذي يسعى إلى خلق واقع من التطبيع الافتراضي، وبناء جدار من الثقة بينه وبين المتابعين</p>

الفصل المنهجي

<p>العرب.</p> <p>* تدريب وتأهيل كوادر إعلامية متخصصة في مجال الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل تحسين الصورة العربية عالمياً، والرد على الادعاءات الإسرائيلية وتفنيدها</p> <p>* التنبيه على توخي الحذر في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلي، حيث إن هذه المواقع يشرف عليها فرع الإعلام الاجتماعي، الذي طوّره الجيش الإسرائيلي عام 2009م (بهدف التأثير في وعي الجماهير العربية، وإيجاد حالة من الإعجاب والانهار لدى البعض الآخر تجاه إسرائيل</p>	
--	--

الدراسة الثانية :

اسم صاحب الدراسة	أحمد شريف بسام ووردة حمدي
عنوان الدراسة	الأطر التاريخية والأيديولوجية للدعاية الصهيونية
السنة	2021
الاشكالية	يطرح إشكال ما هي الأطر التاريخية والأيديولوجية للدعاية الصهيونية؟
التساؤلات	/
المنهج	التاريخي
مجتمع وعينة البحث	/
النتائج	/
اهم التوصيات الدراسة	/

الدراسة الثالثة :

اسم صاحب الدراسة	حمزة إسماعيل حسن أبو شنب
عنوان الدراسة	الخطاب الدعائي الإس رائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014 عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" دراسة تحليلية
السنة	مارس 2017
الاشكالية	تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي أثناء العدوان على قطاع غزة عام 2014 م، من خلال صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أد رعي على موقع فيس بوك، والتعرف على المعاني الكامنة فيها، وتحليل دلالات الصور المنشورة عبرها
التساؤلات	1. ما المعاني الكامنة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال عدوان عام 7302 م على قطاع غزة المنشورة على صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي أفيخاي أد رعي موضوع الدراسة؟ 2. ما الموضوعات الظاهرة في الصور المنشورة على صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي أفيخاي أد رعي موضوع الدراسة؟ 3. ما الدلالات الكامنة في الصور المنشورة على صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي أفيخاي أد رعي موضوع الدراسة ؟
المنهج	منهج تحليل الخطاب
مجتمع وعينة البحث	اعتمد الباحث في مجتمع الدراسة على موقع فيس بوك، من خلال صفحة الناطق باسم الجيش باللغة العربية أفيخاي أد رعي اعتمد الباحث في دراسته على الفترة الزمنية من 2014/07/06 م وحتى 2014/08/26 م وقد حلل الباحث 120 منشورا من أصل 250 منشورا بين صور و فيديو
النتائج	<ul style="list-style-type: none"> ● إبراز الحرص على المدنيين الفلسطينيين. ● تبرير قتل المدنيين وارتكاب المجازر ● تجاهل الحديث عن المجازر الإسرائيلية ● المساواة بين المدنيين الفلسطينيين والإسرائيليين ● استعراض قوة الردع ولقدرة الاستخبارات والقتالية للجيش الإسرائيلي ● إسرائيل تدافع عن نفسها وتحارب الإرهاب

• إظهار الجانب الإنساني لإسرائيل	
• فضح وتكذيب منشورات العدو الإسرائيلي من خلال الصور والفيديوهات، وخاصة المنشورات التي يدعى فيها مساعدة الفلسطينيين والحرص عليهم.	اهم توصيات الدراسة
• الاستعانة بالانفوجرافيك والفيديو جرافيك، إضافة إلى تضمين إحصائيات ووثائق.	
• تفعيل هاشتاغات بلغات عالمية، تضمن وصول المادة الإعلامية إلى أبعد مدى ممكن.	
• إنشاء صفحات سياسية ساخرة، تظهر الفشل العسكري والأمني الإسرائيلي في النيل من المقاومة.	
• العمل على مزاحمة الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي ومهاجمتها.	

الدراسة الرابعة :

اسم صاحب الدراسة	
عنوان الدراسة	توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيسبوك - دراسة تحليلية لصفحة قف معنا-
السنة	2022/02/02
الاشكالية	ما مدى توظيف التقنيات الدعائية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال عبر تطبيق تيك توك خلال الحرب على قطاع غزة عام 2021؟
التساؤلات	1. ما أبرز المواضيع التي ركزت عليها مقاطع الفيديو لصفحة الناطق باسم جيش الاحتلال خلال الحرب على غزة لعام 2021 ؟ 2. ما أبرز التقنيات الدعائية التي استخدمتها صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال (أفيخاي أدري) على تطبيق (تك توك) للاتصال مع الجمهور الفلسطيني والعربي والمسلم في الحرب على قطاع غزة عام 2021 ؟ 3. ما دلالة استخدام التقنيات الدعائية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال عبر تطبيق (تك توك) في التأثير على الجمهور الفلسطيني والعربي والمسلم خلال الحرب على قطاع غزة عام 2021؟

<p>تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف تحليل خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف .</p>	<p>المنهج</p>
<p>يشمل جميع مقاطع الفيديو المنتشرة على صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال أفخاي أدري عبر منصة (التك توك) ويبلغ عددها 187 مقطع حتى تاريخ 2021/07/26 عينة مسح شامل من تاريخ 2021/05/10 وحتى تاريخ 2021 / 6 / 23 م، وتبلغ 40 مقطع فيديو.</p>	<p>مجتمع وعينة البحث</p>
<p>• تبين أن درجة "مدى توظيف التقنيات الدعائية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال عبر تطبيق تيك توك" كانت ما بين (75)% إلى (5)% وهما تقنية أنصاف الحقائق Card Stacking وتقنية العربية Bandwagon كما أن النسبة المثوية لاستخدام التقنيات في المنشور الواحد كانت 107 %، بمعدل 2.675 تقنية للمنشور الواحد، فيما كان متوسط التكرارات الكلية في المنشور الواحد 38.21 % لتكرار استخدام التقنية الكلي.</p>	<p>النتائج</p>
<p>• يوصي الباحثان بضرورة العمل على تكثيف الردود المضادة لخطاب الدعاية للاحتلال من قبل فصائل المقاومة وتكذيب أنصاف الحقائق التي يدعيها، وإظهار الحقيقة الكاملة للجمهور المستهدف، ومن ثم مخاطبة جمهور الاحتلال بأكاذيب وحقائق مضادة لرواية الاحتلال التي يدعيها.</p> <p>• إنشاء صفحات إلكترونية تتحدث باللغة العبرية والانجليزية واللغات الأخرى العالمية لفضح ممارسات الاحتلال وجرائمه بحق المدنيين في قطاع غزة وكافة أرجاء فلسطين.</p> <p>• خلق فريق متخصص في الإعلام مؤهل لإنتاج مواد إعلامية تبث بالصوت والصورة والكتابة تبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والاستعانة بالأدلة والوقائع للرد على دعاية الاحتلال الإسرائيلي</p> <p>• عقد لقاءات من كافة فصائل العمل الوطني تستهدف الجمهور الفلسطيني، لتوعيته بخطر الدعاية الإسرائيلية وموضوعاتها واستراتيجياتها ومدى اعتمادها على التقنيات الدعائية وماهيتها، وعدم التفاعل مع صفحات الاحتلال عبر كافة وسائل التواصل الاجتماعي.</p>	<p>اهم توصيات الدراسة</p>

الدراسات الأجنبية :

الدراسة الأولى :

اسم صاحب الدراسة	Ayelet Kohn
عنوان الدراسة	الإنستغرام كأداة طبيعية لموقع قوات الدفاع الإسرائيلية وظاهرة القيم المشتركة . Instagram as a naturalized propaganda tool: The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values .
السنة	جويلية 2015 .
الاشكالية	ماهي الأساليب التي يتم من خلالها استخدام المكونات الرسمية والعاطفية المضمنة في تطبيق تبادل الصور والتواصل الاجتماعي إنستغرام، كأداة دعائية لتعزيز التضامن مع أجندة المؤسسات الرسمية على المواقع الإلكترونية التابعة لها.
التساؤلات	/
المنهج	إستخدام منهج تحليل المضمون و المنهج السيميولوجي
مجتمع البحث	وعينة صور إنستغرام المنشورة على موقع الويب الرسمي لقوات الدفاع الإسرائيلية (IDF) في أغسطس-سبتمبر 2013
النتائج	<ul style="list-style-type: none"> • أن الانستغرام يركز على الجمالية و عليه يتخلى الأفراد في الصور على كل المبادئ و الحقائق و يتمسكون بإبراز جمال الصور بعناية • الدراسة تمت على مفردات إسرائيلية لن يجب تعميمها على باقي العالم لفهم إرتباط الظاهرة العسكرية بالجمالية على الإنستغرام و إظهار جانب النصر و غيره و الإبتعاد عن العنف أو القوة كالموجودة في مواقع أخرى في المحتويات الإسرائيلية
اهم توصيات الدراسة	/

الدراسة الثانية :

Saiful Akmal; Habiburrahim Habiburrahim; Safrul Muluk ;Teuku Zulfikar; Muhammad Ravi	اسم صاحب الدراسة
لغة الدعاية في الخطاب السياسي للرئيس جورج بوش الابن The Language of Propaganda in President Bush Jr. Political Speech	عنوان الدراسة
2020/01/01	السنة
ماهي كيفية استخدام لغة تقنيات الدعاية في خطابات الرئيس بوش الابن حول حرب العراق ؟	الاشكالية
/	التساؤلات
تحليل الخطاب	المنهج
أحد خطابات بوش الابن السياسية عندما كان يناقش "الحرب العالمية على الإرهاب" في اجتماع رابطة الضباط العسكريين الأمريكيين (MOAA) في سبتمبر 2006، في فندق كابيتال هيلتون، واشنطن العاصمة	مجتمع وعينة البحث
<ul style="list-style-type: none"> ● الدعاية أداة للتحكم في معتقدات الناس وآرائهم أو تداولها تغير مواقف الناس وقد بينت هذه المقالة الدور المهم الذي تلعبه تقنيات الدعاية في تغيير معتقدات الناس وآرائهم وهذا معروف بالفعل من الطريقة التي استغل بها بوش الابن اللغة لاحتواء التأثيرات الدعائية ● إن جميع التقنيات الثمانية المختارة قد وجدت في نص خطاب بوش الابن. 	النتائج
/	اهم توصيات الدراسة

الدراسة الثالثة :

Mohammed Saaida	اسم صاحب الدراسة
دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الخطاب السياسي والدعاية The Role of Social Media in Shaping Political Discourse and Propaganda	عنوان الدراسة
05 أوت 2023	السنة
أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الخطاب السياسي والدعاية، بالإضافة إلى مخاطر ومزايا استخدامها في السياسة	الاشكالية
/	التساؤلات
المنهج السردي	المنهج
/	مجتمع وعينة البحث
/	النتائج
<ul style="list-style-type: none"> • إن تحديات تنظيم وسائل التواصل الاجتماعي معقدة، ولكن من المهم إيجاد طرق لمعالجتها. تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بالقدرة على أن تكون قوة قوية لتحقيق الخير، ولكن من الممكن استخدامها أيضًا لتحقيق الأذى. ومن خلال العمل معًا، يمكن للجهات التنظيمية وشركات التواصل الاجتماعي المساعدة في ضمان أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي مساحة آمنة وإيجابية للجميع • محاسبة شركات التواصل الاجتماعي. يجب أن تكون شركات التواصل الاجتماعي مسؤولة عن المحتوى الذي يتم استضافته على منصاتها. ويتعين عليهم اتخاذ الخطوات اللازمة لإزالة المحتوى الضار، كما يتعين عليهم أن يتحلوا بالشفافية بشأن كيفية تعاملهم مع مسألة المعلومات المضللة • تشجيع تنوع الأصوات. ينبغي تصميم منصات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز تنوع الأصوات. وهذا يعني إعطاء وزن متساو لجميع وجهات النظر، بغض النظر عن شعبيتها. • دعم منظمات التحقق من الحقائق. تلعب منظمات التحقق من الحقائق دورًا 	اهم توصيات الدراسة

<p>مهمًا في مكافحة انتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي. يمكنهم المساعدة في تحديد الادعاءات الكاذبة ودحضها، ويمكنهم تزويد الأشخاص بمعلومات دقيقة .</p> <ul style="list-style-type: none"> • تعزيز التفكير النقدي ومحو الأمية الإعلامية. يجب أن يكون الناس قادرين على إجراء تقييم نقدي للمعلومات التي يرونها على وسائل التواصل الاجتماعي، ويجب أن يكونوا على دراية بالطرق التي يمكن بها استخدام الدعاية للتلاعب بهم. 	
--	--

الدراسة الرابعة:

اسم صاحب الدراسة	Yanti Dwi Astuti(B), Rahmah Attaymini, and Maya Sandra Rosita Dewi
عنوان الدراسة	الإعلام الرقمي والحرب: وسائل التواصل الاجتماعي كأداة دعائية للصراع الروسي الأوكراني في عصر ما بعد الحقيقة
السنة	2022
الاشكالية	كيفية تحول وسائل التواصل الاجتماعي إلى أداة دعائية لحروب المعلومات بين الدول التي تشهد نزاعات مسلحة لكسب الرأي العام خاصة في الحرب الروسية الأوكرانية
التساؤلات	/
المنهج	منهج وصفي تحليلي مع تحليل الخطاب
مجتمع البحث	و عينة كانت محتويات تم إختيارها بعينة عشوائية مصدرها وسائل التواصل الاجتماعي تخص الحرب الروسية الأوكرانية بالإضافة إلى النتائج التي تظهر الدعاية المتعلقة بالصراع الحربي بين روسيا وأوكرانيا للفترة فبراير ومارس 2022 .
النتائج	<ul style="list-style-type: none"> • تخلص هذه الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة دعائية رقمية في الحرب الروسية الأوكرانية وأصبحت أحد مصادر الصراع الذي أدى إلى تفاقم الوضع من خلال نشر أخبار كاذبة ومتحيزة. • تستخدم كل من روسيا وأوكرانيا وسائل التواصل الاجتماعي كساحة معركة للحصول على المعلومات. من كلا الطرفين المتحاربين إلى "السيطرة" على

الجوانب النفسية والرأي العام والتصرفات الجيدة من قبل شعب أوكرانيا وروسيا وحتى العالم.	
يجب أن يكون محتوى الدعاية، مثل الأخبار المزيفة التي تنتشر من حولنا، متوازناً مع القدرة على فرز المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال إتقان وممارسة المعرفة الرقمية هذه القدرة ضرورية لتكون قادراً على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بحكمة ومسؤولية	اهم توصيات الدراسة

الدراسة الخامسة :

Hyunjin Seoa	اسم صاحب الدراسة
الدعاية المرئية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي: تحليل تجريبي لصور تويتر خلال الصراع بين إسرائيل وحماس عام 2012 Visual Propaganda in the Age of Social Media: An Empirical Analysis of Twitter Images During the 2012 Israeli–Hammas Conflict	عنوان الدراسة
2014/11/20	السنة
فهم جوانب الدعاية المرئية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت.	الاشكالية
<ul style="list-style-type: none"> - ما هي أبرز المواضيع التي تناولتها الصور التي نشرها الجيش الإسرائيلي وكتائب القسم التابعة لحماس؟ - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصور من الطرفين فيما يتعلق بالموضوعات البارزة التي ظهرت في تلك الصور؟ - ما هي الإطارات البارزة في الصور التي غرّد بها الجيش الإسرائيلي وكتائب القسم التابعة لحماس؟ - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصور من الطرفين فيما يتعلق بالإطارات البارزة في تلك الصور؟ - ما هي الشخصيات الإنسانية الرئيسية التي تظهر في صور كل طرف؟ - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصور من الطرفين فيما يتعلق بالشخصيات البشرية الموجودة في تلك الصور؟ 	التساؤلات
تحليل المحتوى	المنهج

<p>حسابات تويتر الخاصة بجيش الدفاع الإسرائيلي (@IDFSpokesperson) وكتائب القسام التابعة لحماس (@AlqassamBrigades) في الفترة من 14 تشرين الثاني (نوفمبر) 2012 إلى 13 كانون الثاني (يناير) 2013. وتمثل فترة التحليل شهرين تم خلالهما انخرط الجانبان في حملات دعائية عبر وسائل التواصل الاجتماعي عقب بدء المواجهة في غزة في 14 نوفمبر/تشرين الثاني 2012. وقد تم اختيار الإطار الزمني لمدة شهرين لأنه يمثل الفترة التي كانت فيها الحملات الدعائية مكثفة للغاية حول تجدد العنف. وقام الجيش الإسرائيلي بتغريد ما مجموعه 72 صورة، ونشرت كتائب القسام التابعة لحماس 171 صورة خلال هذه الفترة</p>	<p>مجتمع البحث وعينة</p>
<p>- أن بيئة الوسائط الرقمية سريعة التطور قد دفعت المنظمات إلى استخدام بعض التكتيكات الدعائية الجديدة مع الاستمرار في استخدام بعض التكتيكات الحالية. وبينما يخوض جيش الدفاع الإسرائيلي وكتائب القسام التابعة لحماس حرباً حقيقية على الأرض، كان الجانبان منخرطين في حرب معلومات قائمة على وسائل التواصل الاجتماعي رداً على منشورات أو صور الطرف الآخر على تويتر وسؤال المواطنين العاديين في بلدهم أو في بلدان أخرى. الدول لنشر رسائلها. مع تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم، أصبحت التفاعلات في الوقت الفعلي مع جماهيرها عنصراً أساسياً في الدعاية</p> <p>- ن طريقة الحملات الدعائية وسرعتها ونطاقها تطورت وفقاً للتغيرات في بيئات الاتصال، إلا أن الموضوعات والأطر الرئيسية للرسائل الدعائية تظل متشابهة المقاومة، وضحايا الضحايا الأبرياء، والوحدة هي المواضيع التي ظهرت بشكل بارز في الصور المرئية المتعلقة بالصراعات الدولية</p>	<p>النتائج</p>
	<p>اهم توصيات / الدراسة</p>

الدراسة السادسة :

اسم صاحب الدراسة	Said Abu Mualla
عنوان الدراسة	الصراع السيبراني الفلسطيني الإسرائيلي : دراسة تحليلية للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك صفحة أدري نموذجاً Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook Adraei's page as an example
السنة	2017
الاشكالية	تسعى الدراسة لمعرفة طبيعة الدعاية الرسمية الإسرائيلية عبر موقع الفيسبوك و تكشف عن وسائله وأهدافه
التساؤلات	<ul style="list-style-type: none"> • ماهي المواضيع و القضايا التي تمت مناقشتها على صفحة الفيسبوك لأفيخاي أدري ؟ • ماهي الوظائف الإعلامية و التواصلية لصفحة أفيخاي أدري على الفيسبوك ؟ • ما الهدف من الرسائل المنشورة على صفحة أفيخاي أدري ؟
المنهج	وصفي تحليلي و المنهج المسحي
مجتمع البحث	وعينة تم تحليل المنشورات على صفحة أفيخاي أدري في الفترة بين أوت و نوفمبر 2013
النتائج	<ul style="list-style-type: none"> • وجد الباحث أن مديري صفحة أفيخاي يعملون 24 ساعة نظراً لنشاط الصفحة و المنشورات التي يتم وضعها كل ساعة • كشف التحليل أن القضايا التي يتم تناولها على صفحة أفيخاي هي عسكرية أمنية بدرجة أولى بنسبة 60 % و تليها القضايا الإجتماعية 32 % و القضايا الدينية 18 % و هذا راع لطبيعة عمل صاحب الصفحة و هو المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي
اهم توصيات الدراسة	<ul style="list-style-type: none"> • وجوب وجود مبادرات فلسطينية لإنشاء صفحات بكل اللغات تواجه الصفحات الإسرائيلية • تعليم الشباب الإستخدام الأمثل و إستغلال هاته المنابر الإلكترونية لإيصال الرواية الفلسطينية

- *صورة الأنا و الآخر في مضامين مواقع التواصل الإجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية (إسرائيل تتحدد بالعربية)
- *الأطر التاريخية و الأيديولوجية للدعاية الصهيونية
- *الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014 عبر موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك -دراسة تحليلية-
- *توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفايسبوك -دراسة تحليلية لصفحة قف معنا-
- *Instagram as a naturalized propaganda tool : the israel defense forces web site and the phenomenon of shared values.
- *The language of propaganda in BUSH JN political speech
- *The role of social media in shaping poyitical discourse and propaganda
- *Digital media and wars :social media as propaganda tool for the russia-ukraine conflict in the past truth era.
- *Visual propaganda in the age of social media : an empirical analysis of twitter images during the 2012 israeli –hamas conflict
- *Palastinian – israeli cyber conflict : an analytical study of th israeli propaganda on facebook adraei s page as an axample

أسباب اختيار الموضوع :

تم اختيار موضوع الدراسة بناء على اهتمامنا بميدان السميولوجيا و تحديدًا سميولوجيا الصورة الثابتة من خلال الصور الإعلامية عبر منصات المواقع الإجتماعية و يرجع ذلك إلى عدة أسباب نذكر منها :

- أسباب ذاتية:

- الفضول العلمي للبحث في مجال التحليل السميولوجي

- الاطلاع الشخصي و المستمر على مستجدات القضية الفلسطينية .

- الميل للموضوع و اهتمامنا بالبحث في خلفية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي .

- أسباب موضوعية:

- ارتأينا القيام بدراسة حول الرموز السياسية و الثقافية التي يستخدمها الكيان الصهيوني في

دعايته عبر منصة X (تويتر سابقًا) عن طريق التحليل السميولوجي.

- أهمية الموضوع لكون الحرب الأخيرة منذ طوفان الأقصى هي حرب تلعب فيها وسائل الإعلام و

مواقع التواصل الإجتماعي دورًا كبيرًا في ترسيخ رواية كل طرف .

- الرغبة في التقرب و معرفة مداخل و مناهج علم السميولوجيا

- الرغبة في التعرف على أساليب الإقناع التي تستخدم في الدعاية الصهيونية .

أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية دراستنا في كون الصفحات الإسرائيلية الناطقة بالعربية تتواجد على جميع منصات التواصل الإجتماعي بشكل مكثف محاولة توجيه الرأي العام العربي و كذا إعطاء الشرعية للتواجد الصهيوني كدولة في فلسطين المحتلة .
- و تظهر أهمية دراستنا أيضا من خلال فتحها لنا مجال للبحث في أكثر و آخر الأساليب التي يستخدمها الكيان الصهيوني في حملات البروباغندا عبر صفحاته الرسمية الناطقة بالعربية .
- اعتبار مجال الدعاية قديما من حيث النشأة في الحرب العالمية الثانية لكن تطور الوسائل التكنولوجية أفرز لنا بيئة جديدة تعمل فيها الجهات على صناعة الرأي العام مستغلة خصائص هذه البيئة كالسرعة و الانتشار و الازمكانية في الوصول للجماهير المستهدف ومن خلال هذه الدراسة والعينة التي تم اختيارها يمكن لنا معرفة بشكل خاص الأساليب المستخدمة في البروباغندا الصهيونية والمثلة في شكل رموز و دلالات من خلال الصور الإعلامية عبر منصة X لإحداث استجابة معينة .
- استخدامنا لمنهج التحليل السميولوجي في استخراج دلالات الرموز من خلال الصور الإعلامية لصفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X.

أهداف الدراسة :

- يسعى الباحث العلمي في كل دراسة الى تحقيق جملة من الأهداف و نذكر من أهداف دراستنا ما يلي :
- التعرف على اتجاهات و مناهج علم السميولوجيا
- رصد المعاني الضمنية حول الخطوط والأشكال والألوان في الصور الإعلامية لصفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X
- معرفة الأفكار والأيدولوجيات التي تحملها الصور الإعلامية لصفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X.
- تشخيص الأساليب الإقناعية التي تم توظيفها في بروباغندا الكيان الصهيوني في الصور الإعلامية عبر صفحة إسرائيل بالعربية في منصة X .

مصطلحات ومفاهيم الدراسة

- **الرموز السياسية :** هي العلامات و الإيحاءات و الدلالات المعبرة عن السياسة من وجهات نظر وأفكار ويتم عرض هذه الرموز التي تصمم ضمن عملية قصدية لإيصال رسالة سياسية معينة في وسائط عديدة كشعارات الدول الأعلام و الصور الإعلامية التي تتضمن الشخصيات السياسية للدول وغيرها .
- **الرموز الثقافية:** هي عبارة عن علامات و إشارات تستخدم لتمثيل الأفكار و القيم و العادات والتقاليد و كذا المعتقدات من التراث المادي و الغير المادي للمجتمعات و الافراد و ذلك لخلق شعور بالإنتماء و الهوية و المساعدة على تشكيل الوعي الجمعي للمجتمع عامة و يتم توارثها عبر الأجيال و الحفاظ عليها و غالبا ما نجدها في الفن ، الطقوس الإحتفالية في اللباس و التاريخ .
- **البروباغندا :** هي نشر المعلومات و الأفكار و الآراء بشكل منقوص أو يخدم وجهة نظر واحدة تعكس إتجاهات أصحابها بهدف تحقيق هدف معين ككسب تأييد أو تشويه الخصم و كذلك إحداث تأثير على سلوك و آراء أكبر عدد من الأشخاص لتوجيه الرأي العام و تعتمد على تكثيف الرسائل و التكرار .
- **الصور الإعلامية:** هو مفهوم حديث إرتبط بالدراسات الثقافية و نعني بها مجموعة من السمات التي تصورها وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من مضمون لنقل المعلومات و الأفكار عن مجتمع أو شخصية أو فكرة معينة أي هي عبارة عن إعادة بناء و تمثيل لواقع ما أو أحد جوانبه و هذا لتكوين صورة ذهنية لدى المتلقي و تعد أحد أقوى ركائز وسائل الإعلام في العصر الحالي .
- **منصة X :** هي موقع تويتر سابقا تم شراؤه من طرف الملياردير الأمريكي إيلون ماسك في 27 أكتوبر 2022 مقابل صفقة قدرت ب 44 مليار دولار حيث تم تغيير إسمه إلى منصة X و كذا شعاره من العصفور الأبيض إلى خلفية سوداء و حرف X بالأبيض و تم التعديل و إضافة بعض الميزات إليه كالتوثيق مبلغ إشتراك محدد و فتح ما سماه إيلون ماسك صحافة المواطن و كذا حسب إعطاء المزيد من الحرية لكل الأطراف و الأفراد دون إقصاء و يقدر عدد المستخدمين النشطين على المنصة ب 230 مليون يوميا .

- الاجراءات المنهجية:

- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج العلمي الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة قواعد و إجراءات وخطوات توحد سيرورة العمل البحثي و تحديد عملياته حتى يتحصل الباحث على نتيجة واضحة بشكل يجيب عن الإشكالية والتساؤلات المطروحة ، و هذا يستدعي ان يكون الباحث على دراية بالجوانب المنهجية في اجراء بحثه، وهذا بالاعتماد على مجموعة من الخطوات المنتظمة والمحددة التي تمكن الباحث من الوصول الى نتائج صحيحة⁽¹⁾.

وتصنف الدراسة التي نحن بصدد انجازها ضمن الدراسات التي تعتمد على المنهج السيمسولوجي، والتي تهدف للوصول الى المعاني و الدلالات الضمنية التي تحملها الصور الإعلامية عبر منصة X و المتضمنة فيها، و منهج التحليل السيمسولوجي هو ذلك الاجراء الذي يبحث في علم العلامة او الاشارة او الدلائل اللغوية او الرمزية سواء كانت طبيعية او اصطناعية⁽²⁾.

وعند بحثنا وجدنا ان منهج التحليل السيمسولوجي يعتمد على عدة مقاربات حسب طبيعة المادة المحللة، و بما أن موضوعنا مرتكز حول تحليل الصور الإعلامية عبر منصة X إرتأينا ان نعتد على مقارنة مارتن جولي التي تقوم على مستويين المستوى التعييني و المستوى التضميني و الذين يسبقهما الوصف حيث ترى مارتن جولي ان تبني مقارنة سيمسولوجية يعطي لنا مجالا لفهم الصورة و طرقها في انتاج المعنى التضميني و التدليل عليه من خلالها .

⁽¹⁾ - موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد مغري ، كمال بوشرق ، سعيد سبعون ، دار القصبه للنشر، الجزائر ، ص 99 .

⁽²⁾ - رضوان بلخيري ، سيمسولوجيا الخطاب المرئي ، من النظري الى التطبيقي ، دار جسر للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ط 1، 2016، ص 129.

2 - مجتمع البحث و عينته :

1-2 مجتمع البحث :

نقصد بمجتمع البحث هو المجتمع الاكبر او هو مجموع المفردات التي تستهدف الباحث لدراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويمثل هذا المجتمع الكلي او المجتمع الاكبر الذي يهدف الباحث لدراسته ، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته الا انه يصعب الوصول اليه و الاقتراب منه لجمع البيانات او الذي يعتبر عادة ممثلا للمجتمع المستهدف و يلبي حاجات الدراسة اهدافها و نختار منه عينة البحث⁽¹⁾:

و مجتمع البحث في هذه الدراسة هو جميع الصور الإعلامية في صفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X والتي تميزت بالتنوع من حيث الشكل بين صور فوتوغرافية و كاريكاتير.

و بما انه يصعب على الباحث حصر كل مفردات مجتمع البحث ، كان الأجدر بنا اختيار عينة ممثلة لهذه الملصقات ، حيث تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي ، فبدلا من إجراء البحث أو الدراسة على كل مفردات المجتمع يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة⁽²⁾.

والهدف من اختيار العينة هو تعميم نتيجة ما تم الوصول إليه على المجتمع الكلي ، و في دراستنا وقع اختيارنا على العينة العمدية و التي تعتمد فيها على اختيار وحدات بعينها اعتقادا من الباحث أنها تمثل مجتمع دراسته الأصلي خير تمثيل حيث تحمل مميزات و خصائص تستطيع أن تعطيه نتائج يصل لها باحث آخر بمسح المجتمع كله .

وقد وقع اختيارنا على إثنتا عشر صورة من الصور الإعلامية المنشورة في صفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X في الفترة بين 07 أكتوبر 2023 و 30 مارس 2024 بمعدل صورتين من كل شهر ، حيث انها عينة مبنية على الصور التي تحمل رموزا سياسية و ثقافية و كذا تمثل أساليب البروباغندا ، ومنه تم استبعاد كل الصور التي تحتوي على صور فردية ، او مجرد صور ثابتة عارضة ليوميات الفرد الإسرائيلي في الكيان الصهيوني .

(1)-محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط1،عالم الكتاب ،القاهرة ،2004،ص13.

(2)-محمد عبيدات و اخرون ، منهجية البحث العلمي ،القواعد و المراحل و التطبيقات ،ط2،دار وائل للطباعة و النشر،عمان ، 1999،ص83.

ادوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة التأسيس لأي بحث علمي تنطلق من مرحلة جمع المعطيات و البيانات اللازمة و لتحقيق ذلك يستعين الباحث بمجموعة من الادوات العلمية في بحثه و يكون الاختيار بما يتماشى وطبيعة وموضوع دراسته و كذلك بما يخدم أهدافها. وقد اعتمدنا في دراستنا على الادوات الاتية :

الملاحظة :

تعتبر الملاحظة من الأدوات المهمة في عمليات دراسة حالات المبحوثين ، و تبين الملاحظة مدى سعة تفكير الباحث و إدراكه ووعيه لما يحدث معه و من حوله ، بما يمكنه من فهم سلوك الفرد أو الجماعة وظروفهم المحيطة⁽¹⁾ .

والملاحظة العلمية تلك التي يقوم فيها العقل بدور كبير من خلال ملاحظة الظواهر وتفسيرها وإيجاد ما بينها من علاقات، لهذا فهي وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات⁽²⁾ . ولقد افادتنا الملاحظة في دراستنا هذه من خلال الاطلاع على العديد من الصور الإعلامية المنشورة في صفحة إسرائيل بالعربية عبر منصة X ومحاولة تحديد الانسب لدراستنا من حيث الشكل والمضمون وضبطها كعينة لدراستنا .

⁽¹⁾-عقيل حسن عقيل : خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة ، دط، دار ابن كثير، دت ، ص 224.

⁽²⁾-عوابدي عمار:مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الادارية ،ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية ، بن عكنون،الجزائر ط3 ، 1999 ، ص125 .

الفصل الثاني:

البروباغندا والقضية

الفلسطينية



خطة الفصل الثاني: البروباغندا

والقضية الفلسطينية

المبحث الأول: البروباغندا والدعاية

8-1 مفهوم البروباغندا-

9-1 الخلفية التاريخية للبروباغندا-

10-1 أنواع البروباغندا-

11-1 تقنيات البروباغندا -

12-1 ميكانزمات البروباغندا عند ادوارد بيرنيز

13-1 طرق التضليل التي تعتمد عليها

البروباغندا عند هربرت شيلر-

14-1 إنجازات البروباغندا حسب نعوم

تشومسكي-

1-2 مفهوم الدعاية -

2-2 نشأة الدعاية-

3-2 أنواع الدعاية-

4-2 تقنيات الدعاية -

5-2 أساليب الدعاية-

6-2 سمات الخطاب الدعائي-

المبحث الثاني : الدعاية الصهيونية

والقضية الفلسطينية

7-1 تعريف الدعاية الصهيونية-

8-1 الجذور التاريخية للدعاية الصهيونية-

9-1 سمات الدعاية الصهيونية -

10-1 دور الدعاية الصهيونية في تأسيس

الكيان الصهيوني-

11-1 أساليب الدعاية الصهيونية-

12-1 أدوات الدعاية الصهيونية

1-2 تعريف القضية الفلسطينية-

2-2 الخلفية التاريخية للقضية الفلسطينية-

3-2 أهم المؤتمرات الدولية في تاريخ القضية

الفلسطينية-

4-2 ابرز سياسيات التهويد و التقسيم على

الأراضي الفلسطينية المحتلة-

5-2 القضية الفلسطينية والرأي العام العالمي -

6-2 القضية الفلسطينية والرأي العام العربي-

تمهيد

تستخدم العديد من الحكومات والمنظمات السياسية والإجتماعية البروباغندا كأداة فعالة لنشر رؤيتها وتوجيه آراء الجمهور حول سياسياتها الداخلية والخارجية أو لتشويه دول أخرى كما تستخدم لقمع المعارضة في الدول الديكتاتورية كما يتم الإعتماد عليها من قبل الحركات السياسية والمجتمعية لتعزيز أهدافها في عديد المجالات كحقوق الإنسان و العدالة الإجتماعية و يكمن تأثير البروباغندا في استخدام العواطف و تحريف الحقائق و التضليل و تكون أهدافها معلنة و أخرى خفية و على الرغم من الخلط الذي نراه بينها و بين مصطلح الدعاية غير أن الفرق الأساسي هو أن الدعاية تعتبر أداة للتسويق للمنتجات و الخدمات عبر الإعلان و غالبا تكون موجهة بشكل واضح لتحقيق أهداف تجارية مثل زيادة المبيعات

المبحث الأول: البروباغندا و الدعاية

15-1 مفهوم البروباغندا:

- لغة :

هو من الكلمة اللاتينية PROPAGANDA و تعني حسب قاموس كامبريدج مجموع المعلومات الأفكار والآراء أو الصور التي تمثل فقط جهة واحدة من الحجج و تبث بشكل مقصور للتأثير في آراء الناس¹.

- إصطلاحاً :

فتعود جذور مصطلح PROPAGANDA إلى مجمع نشر الإيمان للبابا غريغوري 15 في 1622 و كان هذا المجمع ينشر الكاثوليكية في الأقاليم دون أن تحمل الكلمة أي دلالات مضللة كما هو عليه الحال في معناها اليوم وتحديدًا بعد الحرب العالمية الأولى (congregation de propaganda del fide)². كما أن معنى كلمة بروباغندا حالياً هو التضليل و التوجيه المقصود للجماهير خاصة بعد الحرب العالمية الأولى و مقولة وزير الدعاية في الحزب النازي غوبلز "أعطيني إعلاماً مزيفاً أعطي لك شعباً بلا وعي" حيث كان يؤمن أنه بتزييف الحقائق يمكن تضليل الرأي العام ووعي الجماهير ولعل أبرز مؤسسي البروباغندا في القرن 20 هو المفكر النمساوي بينايز صاحب كتاب البروباغندا و الذي قال فيه "لو أننا فهمنا آليات العقل الجماعي و دوافعه لكان من الممكن السيطرة على الجماهير" حيث تم توظيف رجال البروباغندا كما سماهم هو لتوجيه الرأي العام في الحروب³.

- إجرائياً :

هي تلك المجهودات المقصود منها التأثير و تغيير آراء الجماهير عبر مجموعة المعلومات والآراء و الصور التي تبث عبر وسيلة ما مستخدمة مجموعة من التقنيات لإحداث الأثر المطلوب .

¹ قاموس كامبريدج: استرجع بتاريخ 2023/01/07 ، متاح على الرابط <https://www.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>

² محمد حطاب : ماذا يعني مصطلح البروباغندا و ماهي أشكالها ، شبكة أبونواف ، 2020/04/01 ، استرجع بتاريخ 2024/01/07 ، متاح

على الرابط <https://www.abunawaf.com>

³ رانيا نصر: البروباغندا و التلاعب بالوعي ، 2020/06/03 ، استرجع بتاريخ 2024/01/07 ، متاح على الرابط <https://www.aljazeera.net>

16-1 الخلفية التاريخية للبروباغندا :

إن بداية مصطلح البروباغندا كان خلافا لما هو عليه اليوم فبدأ مع رجال الدين و الدعوة التبشيرية في روما و كان يدل تماما على الخير ، ليعود نفس المصطلح ليعبر عن ظاهرة غيرت الكثير في العالم خاصة فترة الحروب فأثناء الحرب العالمية 01 و 02 كانت البروباغندا هي الوسيلة في تغيير آراء الشعوب و كسب التأييد و إضعاف الخصم ، فقد كان إدوارد بيرنايز أحد مؤسسي علم البروباغندا و المنظرين فيه يعتقد أن الجماهير أغبياء أما غوستاف لوبون مؤسس علم الجماهير هو سابق لبيرنايز في وصف الجمهور بالجنون و إنعدام العقل أما نعوم تشومسكي فقد برر هذا الغباء بأن الجماهير تتلقى الرسائل الدعائية بالتسليم لأن الإنسان أصلا يميل لتصديق ما يقال لأول وهلة لضيق الوقت لتحليل الرسالة كلها مع إضافة الكسل المعرفي و تسليم الدماغ لنخبة تقوم بالتفكير نيابة عنا ، و ذلك يشكل حكومة غير مرئية تقود الجماهير حيث تريد و هذا عما تحدث عنه بيرنايز في كتابه البروباغندا في الفصل الثالث " البروباغنديون الجدد " تتجه الحكومة الغير مرئية إلى التمركز في أيدي القلة للتحكم في الآلة الإجتماعية التي تتحكم في آراء و عادات الجماهير".¹

و لعل أبرز حملات البروباغندا في البدايات كانت لرئيس لجنة الإعلام العامة الصحفي جورج كوريل 1917 حيث أسسها الرئيس الأمريكي وورد ويلسون بهدف الحصول على تأييد الشعب الأمريكي للدخول في الحرب العالمية الأولى حيث كان الشعب رافضا للحرب و بعد تلك الحملة التي عرفت برجال الدقائق الأربعة و شارك فيها 175 ألف من شخصيات ذات الأثر غيرت رأي الشعب الأمريكي رغم إختلاف أطيافه إلى شعب لديه هستيريا بالحرب حيث ألقى كل شخص خطاب فيه 4 دقائق غيرت الآراء كان الأمر يشبه الجيوش الإلكترونية اليوم رغم إرتباط هذا المفهوم بالخير أو الشرف فإن حياتنا اليوم تخضع لتأثير البروباغندا رغم إختلاف التسمية مثل التوجيه أو الدعوة أو التنوير فهي تدفع صاحبها تحت تأثير مجموع الإنفعالات النفسية أي أعمال لم يكن يقوم بها في أيامه العادية و التاريخ ملئ بتلك الحملات التي خلقت جيشا من المؤمنون بفكرة و يتطوعون للدفاع عليها و هذا هو تأثير البروباغندا.²

¹ إبراهيم محمد المالكي : لماذا البروباغندا ، مدونة المتوسط، 2021/08/07 ، متاح على الرابط <https://www.meduim.com> .

² عبد الله الراشد : البروباغندا أعظم مغامرات دعائية في التاريخ : 2018/05/25 ، 2024/01/07 ، متاح على الرابط

. <https://www.manshoro.com>

17-1 أنواع البروباغندا :

تشابه تقسيمات أنواع البروباغندا كثيرا مع أنواع الدعاية إلا أن البروباغندا خصيصا تعني فقط بتسويق الأفكار والآراء و المعلومات لتحريك الرأي العام و توجيهه و نجد أن أبرز تقسيم لأنواعها فهو حسب المضمون نجد أنها تنقسم إلى 03 أنواع :

- البروباغندا البيضاء : أهدافها واضحة و معلنة و تهدف إلى الحث على التغيير الإيجابي¹.
- البروباغندا الرمادية: حيث لا لون واضح و لا نية و لأهداف فهي تضمّر غير ما تظهر من معلومات ناقصة و مجرأة.²
- البروباغندا السوداء : أهدافها غير معلنة و مهمتها تغيير السياسات و تزيف الحقائق و التاريخ و تسويق سياسيات معينة و الدعاية لها³.

- كما تم تصنيفها حسب التأثير إلى نوعين بارزين⁴:

- بروباغندا بإحياء مباشر: حيث يري المرء الهدف المباشر الذي يريد صانع البروباغندا إيصاله حيث يؤثر على العقل الخاص بالموحى إليه بربط الحالة النفسية العارضة له بذلك الهدف المباشر .
- بروباغندا ذات إحياء غير مباشر: فالمرء هنا يكون عاجزا على رؤية الغرض الأساسي المباشر منها مما يلعب على إثارة عقله الباطن و حالاته النفسية و العاطفية لتهيئته لقبول الهدف دون معرفة بأن صانع البروباغندا يحاول توجيهك .

¹ مدونة الجزيرة الوثائقية : البروباغندا دليلك المختصر لها ، 2023/11/16 ، إسترجع بتاريخ 2023/12/12 ، متاح على الرابط <https://www.doc.aljazeera.net>

² رويدا إسماعيل : البروباغندا فن التلاعب بالعقول، 2023/10/12 ، إسترجع بتاريخ 2023/12/12 ، متاح على الرابط <https://www.molhamoon.com>

³ مدونة الجزيرة الوثائقية: مرجع سابق ، متاح على الرابط <https://www.doc.aljazeera.net>

⁴ يوسف أسعد داغر: الدعاوة و النشر أو البروباغندا ، مطبعة القديس بولس ، لبنان ، 1947 ، ص 15 .

4-1 تقنيات البروباغندا:

إن البروباغندا المعاصرة تستغل التقنيات الحديثة للتأثير في الرأي العام، وتوجيه أفكار وقرارات الناس السياسية، الإقتصادية، والاجتماعية، وحتى الدينية؛ وذلك باستخدام تقنيات وأساليب سيكولوجية عديدة، من أهمها¹:

- إختيار قضية معينة : يشير إختيار القضية إلى إختيار القضايا في السياق الاجتماعي للمجموعة و المجتمع ، والذي يؤثر بشكل كبير على النصر النهائي أو الهزيمة حيث أن الفرد يتأثر بما يهيم جماعته
- إبراز القضية : يتم تقديم القضية (من خلال الأدلة والحجج والرسوم التوضيحية) بطريقة تحقق أكبر تأثير لصالحهم. فهو يجعل قضية المعارضة تبدو خادعة ، وغير متحضرة، ومستنزفة للأموال، ولا مبدأ لها ، أو على الأقل غير ضرورية، تجميع البطاقات هو إعداد الحالات بطريقة متعمدة وغير عادلة، بما في ذلك إختيار واستخدام الحقائق أو الأكاذيب والرسوم التوضيحية أو الانحرافات والبيانات المنطقية أو غير المنطقية لإعطاء أفضل أو أسوأ حالة ممكنة لفكرة أو برنامج أو شخص أو منتج يقوم الدعاة بتكديس الأوراق ضد الحقيقة.
- التبسيط: يعمل هذا الأسلوب على تقليص المواد الدعائية إلى أجزاء صغيرة يسهل فهمها ومتجذرة في الدوغمائية، مما لا يترك مجالاً كبيراً أو لا يترك مجالاً للحوار المنطقي .
- المماثلة : هي تقنية تأخير لجعل الخصم "يفقد قوته" ويشمل تشكيل اللجان، والالتزام بـ "الإجراءات المناسبة" (الروتين)، وتمرير المذكرات، وما إلى ذلك.

5-1 ميكانيزمات البروباغندا عند إدوارد بيرنيز (EDWARD BERENAYS):

إن الاب الروحي للبروباغندا و أول المنظرين فيها و الذي تحدث عن تأثيرها في القرن المعاصر إدوارد بيرنيز كان قد تحدث عن ميكانيزماتها و آليات عملها في كتابه المشهور "البروباغندا" 1937 حيث قال أن كافة الوسائل الإتصالية هي وسائل دعائية شرط توفر البساطة و الوضوح في الفكرة التي يتم الترويج لها فبدأ يتحدث عن بدايات البروباغندا في الصحافة المكتوبة حيث حققت نجاحا باهرا في الحروب و كون الناس وقتها مولعون بها و بالكتاب الصحفيين الذين أصبحوا شخصيات دعائية وصولا للإذاعة التي أيضا حققت ما لم يحققه التلفزيون من نجاح نظرا لسعرها في ذلك الوقت و كذا برامجها حيث إعتبرت وسيلة مثالية

¹ موهيت مالهان وباراكش بریم : الدعاية كاستراتيجية اتصال من منظور تاريخي ومعاصر، مجلة أكاديمية التسويق و الدراسات ، المجلد 24 ، العدد 04 ، 2020 ، ص 8 .

للبروباغندا مطلع القرن 20 بإقبال الجمهور على الراديو شكل قلقا شديدا لدى رؤساء التحرير في الصحف المكتوبة و إعتبروها مجالا جديدا للبروباغندا وللجماهير فقال بيرنير في كتابه البروباغندا " إن الصحافة المكتوبة ملزمة بالاعتراف بالقوة الإعلانية للشركات التي تصنع أجهزة الراديو " لدرجة أن أبرز السياسيين و الإقتصاديين في ذلك الوقت أصروا على تأسيس و شراء محطات الراديو لمعرفتهم بمدى تأثيرها على الجماهير ، كما إعتبر بيرنيز السينما الوسيلة الأكثر فعالية لنشر الأفكار في الوقت المعاصر فجانها الترفيهي ميزة تجذب الجمهور¹

ولم يغفل إدوارد استخدام قادة الرأي أو كما أسماهم هورجال البروباغندا في الإتصال الشخصي كألية للتأثير في الجمهور و عبر عن أصحاب السلطة أنهم سيحتاجون دائما لوجود الدعاية لتغذية بعض الإيديولوجيات و صناعة الرأي و أن عليهم تطوير الوسائل " الدعاية لن تتوقف أبدا عن الوجود يجب على العقول الذكية أن تقدم الأداة الحديثة التي يجب عليهم استغلالها لأغراض إنتاجية لخلق النظام من الفوضى".²

6-1 طرق التضليل التي تعتمد عليها البروباغندا من وجهة نظر هاربرت شيللر (HARBERT SHILLER) :

إن عالم الإجتماع هيرت شيلر كان قد تناول الدعامات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في التأثير على الجماهير ، حيث تصنع مجموعة من الصور التي تصبح موازية للواقع الموجود مما يجعل الأمر يعتبر تضليلا حسبه و تزييفا للحقائق و قد تحدث شيلر في كتابه المتلاعبون بالعقول عن خمسة أساطير من خلالها يتم قولبة المضمون الإعلامي فيها وهي كالتالي :

- أسطورة الفردية و الإختيار الشخصي : وهي أكبر أسطورة استطاع الإعلام المعاصر أن يرسخها في أذهان الأفراد، إذ لم نقل هي أساس قيام وجودهم الفردي إن صياغة تصور الحرية في عبارات تتسم بالزعة الفردية والملكية الخاصة ما هي إلا استمرار لروح الليبرالية للاقتصاد من جهة، ومن جهة أخرى التركز على الرفاهية والسعادة الفردية كتتويج للفردانية كقيمة اجتماعية تعزز مبدأ الاستقلالية، وتساعد بشكل مباشر في ترسيخ فكرة الدعاية النفعية المتعلقة بالفردية والاختيار الشخصي " في هذا المستوى يؤكد هاربرت ماركوز Herbert Marcuse أن الواقع الاجتماعي الذي تبنيه

¹ إدوارد بيرنيز: البروباغندا (كيف تتلاعب بالرأي في الديمقراطية)، مقدمة بقلم نورماند بيلارجون ، مطبعة la decouverte ، باريس، فرنسا، 2007 ، ص 209-220 .

² إدوارد بيرنيز: المرجع السابق، ص 220 .

المجتمعات الرأسمالية يختلف تماما مع ما تروج له، فنمط الحرية التي تؤكد عليه هو العبودية، والمساواة التي تجسدها هي اللامساواة المفروضة فرضا.¹

● أسطورة الحياد: التي تفيد أن المؤسسات الإعلامية يجب أن تتمسك بحبل الحياد من أجل أن يتسنى لها تضليل الشعب المتبع لها وجعله مؤمنا بها في تحليلها للواقع الاجتماعي والمضمون الذي تعرضه وبه يقول هيربرت شيللر " لكي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفاعلية أكبر لابد من إخفاء شواهد وجوده أي أن التضليل يكون ناجحا عندما يشعر المصللون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية" بإيجاز شديد نقول: إن التضليل الإعلامي يقتضي واقعا زائفا هو الإنكار المستمر لوجوده أصلا ، إن الحكومة والإعلام والتعليم والعلم، مؤسسات اجتماعية وجب أن يعتقد الشعب اعتقادا جازما أنها الركيزة المرجعية لأسطورة الحياد كما يجب التأكيد على موضوعيتها ونزاهتها، وأنها خالية من أي أيديولوجية في جميع المناسبات.²

● أسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة: تعزز هذه الاسطورة الفكرة الأولى حول الفردانية و أن الطبيعة الإنسانية قاسية ووحشية حيث أن النزعة العدوانية موجودة في الإنسان ونجدها في وسائل الإعلام حيث يتم الترويج أن الإنسان غير قابل للتغيير و عليه يضللون الجماهير حول أفكار التطور³

● أسطورة غياب الصراع الاجتماعي: تحاول وسائل الإعلام إنتاج فكرة مفادها أن المجتمعات منسجمة فيما بينها لا يعاني وجود صراعات إجتماعية بين أفرادها و لا طبقية و تفند وجود تمييزات عنصرية أي لا وجود لصراعات جماعية داخل المجتمع و هو ما يدعم مرة أخرى أسطورة الفرد و أسطورة الطبيعة الإنسانية حيث تروج للصراع الفردي دائما و صنع الترفيه بعيدا عن مناقشة القضايا الحقيقية للمجتمع تحت ذريعة السلامة النفسية للجماهير و عليه صناعة الافراد السطحيين.⁴

● أسطورة التعددية الإعلامية: التي تغدي وهم حرية الاختيار، لكون هذين المفهومين يمثلان ركائز أساسية لتوجيه العقول فرغم التصريح بالاختيار في التدفق الإعلامي الهائل للقنوات الإعلامية، فإن مضمون المادة الإعلامية يعكس رؤية المصالح المادية والإيديولوجية لأصحاب الملكية وبه

¹ ياسين عننا: البروباغندا و صناعة الواقع، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الإعلامي العربي ، ألمانيا ، العدد 03 ، جوان 2018 ، ص 304

² ياسين عننا ، المرجع نفسه ، ص 305 .

³ هيرت شيللرترجمة رضوان عبد السلام: المتلاعبون بالعقول، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب ، الكويت ، 1978 ، ص 20-26 .

⁴ هيرت شيللر: المرجع نفسه، ص 25 .

يقول هيربرت شيللر إن " الآثار المقيدة للاحتكار ليست في حاجة إلى التفسير، كذلك تحدي احتكارات وسائل الاتصال من إمكان الاختيار فيما يتعلق بالمادة الإعلامية أينما تعمل تقدم رؤية واحدة للواقع هي رؤيتها الخاصة، إن ما يمكن التصريح به في هذا البعد هو أن التنوع والتعدد الإعلامي الذي تتبجح به البروباغندا الإعلامية ما هو إلا وهم شائع بين المشاهدين وليس له أي واقع ملموس وعليه تكون الأنشطة الإعلامية استمرارا لبعضها بعض ومحافظة لجوهرها الذي يمكن اختصارها في التوجيه الثقافي للمشاهد ومراكمة الأرباح الناتجة عن عدد المشاهدات.¹

7-1 إنجازات البروباغندا عن نعوم تشومسكي (NOAM CHOMESKY) :

في كتابه الرائع "السيطرة على الإعلام - الإنجازات الهائلة للبروباغندا" يرى العالم نعوم تشومسكي أن لوسائل الإعلام دور كبير في تضليل الجماهير وتغييرهم عقولهم لتحقيق أغراض إيديولوجية وسياسية.. ذلك رأيه في الإعلام الغربي²، وقد تحدث تشومسكي أيضا عن مفهوم الديمقراطية الذي يريد السياسة و وسائل الإعلام منا تصديقه وقال أنها " أن يمنع العامة من إدارة شؤونهم وكذا من إدارة وسائل الإعلام التي يجب أن تبقى في أيدي المتشددين "، ومعنى ذلك أن من يتحكمون في وسائل الإعلام يعلمون جيدا مدة قوتها ويسعون أن تبقى في أيدي مجموعة تتوافق والنظام العالمي الجديد، كما تحدث تشومسكي عن أبرز إنجازات البروباغندا في العصر الحديث بعد نجاح الرئيس الأمريكي ويلسون في الإنتخابات الرئاسية خلال فترة الحرب العالمية الأولى حيث أراد أن يؤيد الشعب الأمريكي قراره في دخول الولايات المتحدة الأمريكية إلى الحرب وعين ما عرف بـ لجنة كريل للدعاية والتي نجحت في تغيير الرأي العام الأمريكي من معارض للحرب و مسالم إلى شعب يتعطش للمشاركة فيها في ظرف 06 أشهر وهو أضخم إنجازات البروباغندا كما أوضح نعوم تشومسكي الإنجاز الموهي لنفس اللجنة التي عملت بنفس التكتيكات³.

و خلقت رعبا حول كل ما أسمته شيوعي وتمت تصفية الإتحادات العمالية و حرية الصحافة و حرية الفكر السياسي لخوفها منهم، كما أثبتت المخابرات البريطانية في إستخدامها للشخصيات المعروفة والذكية في الولايات المتحدة الأمريكية كشخصيات دعائية لخلص صورة ألمانيا النازية أن "الدعاية التي تشرف عليها الدولة و يدعمها الطيقات المتعلمة تحدث أثرا كبيرا وهذا الدرس الذي تعلمه هتلر والآخرون

¹ ياسين عننا، مرجع سابق ص 307 .

² عادل أعياشي : إعلام البروباغندا والتطليل.. كيف يؤثر على بناء الإعلاميين الجدد، 2019/02/05، استرجع بتاريخ 2024/01/16، متاح

على الرابط <https://www.aljazeera.net>

³ نعوم تشومسكي : السيطرة على الإعلام، ترجمة أميمة عبد اللطيف، ترجمة دار الشروق الدولية، القاهرة، 2003، ص 7 ص 8.

و يطبقونه لليوم في الدعاية" ¹. إن النقد الذي قدمه تشومسكي لوسائل الإعلام و طريقة عملها و صناعتها للبروباغندا كان نقدا من منظور سوسيولوجي لآثار البروباغندا كما تحدث عن عديد المفاهيم التي تتناولها و تعمل وفقها وسائل الإعلام مثل الحرية و الديمقراطية و الليبرالية .

1.2 مفهوم الدعاية :

لغة:

كلمة دعاية في اللغة من الفعل " دعا" أي أن يميل الشئ إليك ، فتكون الدعاية دعوة إلى منهج أو مذهب أو سلعة أو رأي ²

وهي كذلك التأثير على سلوك الآخرين ومعتقداتهم بواسطة الاستخدام الانتقائي المدروس للرموز ونشرها سواء أكانت الرموز لفظية أم سمعية، أم بصرية أم إدراكية والتركيز على الكلمة المنحوتة أم المقروءة المسموعة أم مصورة أم مرئية ³

إصطلاحا:

تعدد التعريفات لمصطلح الدعاية و قد إختارنا أبرزها بناء على الأقرب لمعنى كلمة دعاية في دراستنا هذه و أول هذه التعريفات هو تعريف المعلق السياسي الأمريكي ووتر ليبمان (waltre lippman) بأنها محاولة التأثير في عقول الجماهير و نفوسهم و السيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها في مجتمع معين ⁴.

كما يعرفها الداعية الأمريكي لندلي فريزر (lindley fraser) بأنها النشاط أو الفن الذي يحمل الآخرين على سلوك مسلك معين ما كانوا يتخذونه لولا ذلك النشاط ، و نجد أن لينارد دوب (leonard w.doob) قدم لها تعريفا في كتابه (الرأي العام و الدعاية) بانها محاولة التأثير في شخصيات الأفراد و السيطرة على سلوكهم لأغراض تعتبر فير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع معين و زمن معين ⁵.

إجرائيا:

¹ نعوم تشومسكي : المرجع السابق ، ص 8 .

² عبد الرحمان رخيص زعل العنزي: أحكام الدعاية والإعلان في وسائل الإتصال المعاصرة ، مجلة الدراسات العربية ، المجلد 43 العدد 4 ، 2021 ، كلية العلوم الإسلامية، جامعة المنيا، مصر، ص 1987 .

³ علاء درويش: الدعاية مفهومها و نشأتها، 22 أكتوبر 2022 ، متاح على الموقع <http://smartcontractor.blogspot.com> .

⁴ عبد الله عدوي، الدعاية الإسرائيلية قراءة في القوة الناعمة ، رؤية للتطوير السياسي، ط1 ، لإسطنبول، تركيا ، 2023 ، ص 13 .

⁵ هادي نعمان الهيتي : الإعلام العربي و الدعاية الصهيونية، المؤسسة العامة للصحافة و الطباعة دار الجمهورية ، بغداد ، 1969 ، ص 87 .

هي تلك المجهودات المقصودة و الموجهة التي تتضمن عرض بعض المعلومات أو الآراء بشكل يخدم وجهة نظر محددة لتوجيه أو تشكيل الرأي العام إتجاه قضية أو موقف ما في زمن محدد .

2.2 نشأة الدعاية :

إن ظهور مصطلح الدعاية قديم فمنذ بدايات النشاط التجاري الإنساني عرفت الدعاية كمجال للتسويق للسلع و الأفكار أما عن المفهوم الأكثر إستخداما بعد الدعاية التجارية نجد الدعاية السياسية حيث كان في القرن الثامن عشر أثناء الثورة الأمريكية الإستخدام الأول للدعاية الحديثة حيث استخدم Sam Adams في ترويج الإشاعات كما النشرات المطبوعة كما كان ناشطا و استخدم نابليون الدعاية بين جيوشه وفي البلاد التي فتحها، فقام بإصدار الصحف في كل من إيطاليا ومصر لتقوية الروح المعنوية بين الجنود الفرنسيين والترويج لأغراضه السياسية، للدرجة التي معها أن كان يشرف على الصحيفة الرسمية في فرنسا والتي كانت تحمل عنوان ¹ Moniteur

كما عرفت الدعاية تطورا بعد الحرب العالمية الأولى (1914-1918) حتى سميت أنها السلاح السري للحرب فسمها الأمريكيان الحرب النفسية و الإنجليز الحرب السياسية و أطلق عليها الألمان الحرب الثقافية و كلها تجعل الآخرين يفعلون ما تريده الدعاية أن يتصرفوه و يسلكوه ² ، وقد بدأت الكتابات الأولى في الدعاية بدراسة «هارولد لاسويل» عن «الدعاية في زمن الحرب»، والتي كانت عن الدعاية بين ألمانيا والحلفاء في الحرب العالمية الأولى، حيث تم استخدام الإذاعة بشكل واسع في الدعاية والحرب النفسية وفي الثلاثينات تم تأسيس معهد الدراسات الدعائية بالولايات المتحدة الأمريكية تحت إشراف «لاسويل»، وأنتج المعهد عددا واسعا من المراجع في المجال وعادة ما يتم اللجوء إلى الدعاية النازية والفاشية كمثال تطبيقي عن الدعاية في الزمن المعاصر فبعد ظهور النازية قبيل الحرب العالمية الثانية، و ظهور النازية الدعائية بدأ معنى الكلمة يحمل مفهوما جديدا مستمدا من الممارسات النازية الدعائية، التي أسسها وزير الدعاية الألماني «بول جوزيف غوبلز»، والتي كانت تقوم أحيانا على التخويف والتزوير والتحريف، وأصبح معنى كلمة دعاية يعني الأفكار السياسية التي تحمل الأكاذيب أو الحقائق المزورة ³ .

¹ فايز عبد الله مكيد العساف: أساليب الإدارة المتقدمة للدعاية الدولية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 29 ، 2012 ، ص 179 .

² هادي نعمان الهيتي: مرجع سابق، ص 90 .

³ طالب كيحول: الدعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة في المفهوم والممارسات ، مجلة دراسات الدفاع و الإستشراف ، العدد 14 ، 2020 ، ص 69 .

إن تطور الوسائل التكنولوجية صاحبه تطورا في الدعاية حيث أن تمرير الرسائل الدعائية اليوم أصبح يتم بشكل أسرع وعلى نطاق أوسع .

3.2 أنواع الدعاية:

إن تقسيمات أنواع الدعاية كثيرة حيث يتم إعتقاد معايير مختلفة في التصنيف حسب المضمون ، الهدف ، مدى التأثير وغيره وقد قررنا إعتقاد التصنيف الذي يقسم الدعاية حسب مضمونها وهدفها لكونه الأشمل و الذي يخدمنا في فهم هذا المصطلح في دراستنا و عليه نجد أن الدعاية تنقسم الى :

- الدعاية التجارية : لقد أصبح المعلنون على مر السنين خبراء في بيع المنتجات والأشياء وتسويقها بين الجمهور، فهم يعرفون بدقة حدود وإمكانيات وأساليب الدعايات المختلفة، كالتكرار والاعتماد على المؤثرات المتصلة بالملاءمة الاجتماعية، أو تحفيز الغرائز والدوافع الغريزية في ترويج السلع و تحقيق الربح و يعد هذا النوع اكثر نوع متعارف عليه¹.
- الدعاية الاجتماعية : فهي جزء لا يتجزأ من النسيج الثقافي للمجتمع، تتميز بالتنوع وعدم التنظيم الكبير والدقيق ويظهر ذلك على سبيل المثال في الإعلام الترفيهي والإخباري الذي يروج للمواضع والاتجاهات والأخلاق والقيم الثقافية المادية وغير المادية الخاصة، كدعاية للثقافة الوطنية والمحلية للدول الأجنبية كما تنتج الدعاية الاجتماعية تديجيا للأفراد مع ثقافات وقيم مجتمعاتهم لخلق توافق ما بين مختلف الفئات الاجتماعية²
- الدعاية السياسية: مهمة الدعاية السياسية والأخلاقية هي إقناع الناس بالتغلب على أنانيتهم، ورغباتهم الشخصية، وذلك لمصلحة نظام متفوق أو للتسامي بأنفسهم والرقى بها، أو من أجل هدف سياسي يركز على تحقيق الصالح العام للمجتمعات حتى لو كان في المستقبل أو على مدى بعيد كما أن الدعاية السياسية تكون مؤثرة فقط على هؤلاء الذين لديهم اقتناع جزئي أو كلي بالحقائق التي تدعو لها الدعاية، بمعنى أن الدعاية الاجتماعية والسياسية تكون مؤثرة فقط عندما تكون تعبيرا للدرجات والمشاعر، أو تعبيرا عن مصالح الذين توجه إليهم هذه الدعاية، والدعاية تعطي القوة والاتجاه للحركات المتتابعة للمشاعر الشعبية، ولكنها لا تفعل الكثير في مجال خلق هذه الحركات.³

¹ فايز عبد الله مكيد العساف : مرجع سابق ، ص 177 .

² طالب كيحول: مرجع سابق، ص 73 .

³ فايز عبد الله مكيد العساف : مرجع سابق ، ص 177 ص 178 .

4.2 تقنيات الدعاية :

لقد قدم معهد تحليل الدعاية (ipa) سنة 1937 سبعة تقنيات تعتمد عليهم الدعاية في عملها لإحداث التأثير المطلوب ونذكرها كما يلي :

- تسمية الأسماء Name calling : تتمثل هذه التقنية في إعطاء اسم سيء لشخص أو مجموعة أو فكرة أو حدث يثير الاسم المعطى موقفاً عاطفياً من العداة والرفض. تخلق مصطلحات " رأسمالي"، "فاشي"، "دعاة حرب"، "رجعي يميني" موقفاً عاطفياً من الكراهية تجاه الشخص ويخلق الخوف.
- العموميات البراقة Glittering generalities : في ظل هذه التقنية يتم استخدام الكلمات الفاضلة والإيجابية للترويج لقضية ما، مثل الحرية والشرف والخدمة العامة، أو يستخدم الداعي بعض الكلمات أو الأفكار الجذابة أو المثيرة للإعجاب التي تضلل الناس مثل العلمانية والمساواة والعدالة للتأثير على الجمهور والمشكلة هي أن هذه الكلمات تعني أشياء مختلفة لأشخاص مختلفين وغالباً ما يتم التلاعب بها من أجل استخدام الدعاة على الرغم من أن "تسمية الأسماء" تحاول جعل الناس يشككون حكماً ويتخلى عن أوراق اعتماد الخصم، فإن "العمومية المتألثة" تحث الجمهور على قبول السلطة السياسية والموافقة عليها دون التحقيق في الأدلة.¹
- النقل Transfer : تعمل هذه التقنية من خلال الرموز والنصوص والشخصيات المرتبطة بشهرة إيجابية أو سلبية عند الجمهور، فيقوم القائم بالاتصال بربط هذه الأمور بفكرة، أو قضية معينة، بهدف إقناع الجمهور بتقبلها أو رفضها، بمعنى تجميل أو تقبيح شيء معين بربطه بشيء آخر إيجابي أو سلبي .
- Testimonial التوصية: تقنية تعمل من خلال الاستعانة أو الاقتباس عن شخص أو أفكار أو نصوص أو تجارب أو إحصاءات أو أحداث سابقة ، من أجل دعم منتج أو فكرة أو سياسة، وقد تكون إيجابية أو سلبية بمعنى قد تهدف إلى القبول أو الرفض تتمثل التقنية بوجود شخص ذي قيمة وشأن، أو معجب يؤيد فكرة معينة، أو برنامج أو مشروع ، أو منتج ، أو شخص ، على أمل

¹ فراس علي أسعد صيفي وآخرون: "مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق تك توك" خلال حرب قطاع غزة عام 2021 م، "المجلة العربية للنشر العلمي"، العدد 40، 2022/02/02، ص 741 .

- أن الجماهير المستهدفة سوف تحذو حذوه ويمكن أن تعمل بشكل عكسي باستخدام شخص مكروه أو غير مؤهل أو غير مقبول لحث الجمهور على رفض الفكرة أو المشروع أو البرنامج.¹
- الشهادة Testimonial استخدام الصورة الجيدة أو السمعة الجيدة لمؤسسة أو شخص لتعزيز جاذبية هدف الدعاية أي تتكون "الشهادة" من وجود شخص محترم أو معجب يؤيد فكرة أو برنامج أو مشروع أو منتج أو شخص معين، على أمل أن يحذو الجمهور المستهدف حذوه أو استخدام المشاهير لفلسفة أو حركة أو مرشح أو منتج، أي بمعنى مجرد استخدام صورة أي من المشاهير الفنيين أو السياسيين أو في أي مجال يمكن أن يولد مزيداً من الاهتمام بأي قضية.²
 - أنصاف الحقائق Card stacking استخدام الحقائق المحسوبة وتشويه المعلومات لتأكيد الرسالة المفضلة للقائم بالدعاية والتقليل من أهمية أي رسائل مضادة ، حيث "أنصاف الحقائق" يعتمد على قول أنصاف الحقائق، أي أنها تقوم على اختيار واستخدام الحقائق أو الأكاذيب أو الرسوم التوضيحية أو الانحرافات أو العبارات المنطقية أو غير المنطقية لإعطاء أفضل أو أسوأ حالة ممكنة لفكرة أو برنامج أو شخص أو منتج.³
 - الناس البسطاء Plain folk : تقنية تقوم على ارتداء ثوب البساطة، للفوز بمحبة الجماهير وثقتها، وعادة ما يستخدمها السياسيون والقادة ، عند التعامل مع الجماهير، والظهور بمظهر المواطن البسيط والعادي، الذي لا يختلف عن غيره من أفراد الشعب؛ في تصرفاته واهتماماته.⁴

5.2 أساليب الدعاية :

- تتعدد أساليب الدعاية التي تعتمد عليها في التأثير على الجمهور المستهدف ، ورغم أن المراجع تختلف في عدد الأساليب إلا أن المتفق عليها هي 7 أساليب ونذكرها كمايلي:
- أسلوب التكرار والملاحقة : يعد هذا الأسلوب من أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام، فقد كانت الدعاية الإعلانية تستخدم هذا الأسلوب وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير، وقد أكد وزير الدعاية الألمانية جوبلز ذلك بقوله: "إن سر الدعاية الفعالية يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بعض حقائق، وتوجه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارا وتكرارا ، فالجماهير تأخذ وقتا كبيرا حتى تفهم وتتذكر."

¹ معين فتحي الكوع وهبة حسين: توظيف المنظمات الصهيونية لتقنيات الدعاية باللغة العربية على الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة "قف معنا"، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث ، المجلد 09- العدد 01 ، 2023 ، ص 34 .

² فراس علي أسعد صيفي وآخرون: مرجع سابق ، ص 742 .

³ فراس علي أسعد صيفي وآخرون: المرجع السابق ، ص 742 .

⁴ معين فتحي الكوع وهبة حسين:مرجع سابق ، ص 34 .

- أسلوب الكذب: عادة ما تلجأ الدعاية أو الإعلام إلى الكذب بدرجات مختلفة، وذلك لتحقيق هدف ما، و يترافق الكذب غالبًا مع تقديم معلومات صحيحة أو اختلاق وقائع حديثة أخرى لم تحدث، وقد قال ذات مرة الزعيم النازي أدولف هتلر في كتابه "كفاحي": "كلما كبرت الكذبة كلما صدقها الناس"¹
- الاستشهاد بالمصادر الموثوقة بها: ويظهر ذلك بوضوح في الإعلان التجاري أكثر من غيره، اذ يتبع هذا الأسلوب بنجاح كبير.
- البساطة القابلية للتصديق: ويقصد بهذا أن تتصف الدعاية بأكثر قدر من البساطة في صياغة الرسالة الدعائية وفي الهدف المطلوب، لأن التعقيد في صياغة المادة الدعائية من بين عوامل الملل والعزوف بل وقد تؤدي بذلك إلى آثار سلبية وقد تتخذ الدعاية في سبيل البساطة صيغة البيان أو الميثاق أو العهد، كما قد تقدم على شكل شعارات مختصرة يسهل حفظها وترديدها، وقد تغني هذه الشعارات أو العبارات المختصرة عن الدخول في مجالات سياسية واقتصادية أو فلسفية للدفاع عن نظام معين ضد نظام آخر.
- أسلوب التقمص والتماثل والتقليد: هناك طرق متعددة تساعد على الوصول لعملية التماثل وأهمها وأكثرها شيوعاً ما يلي:
 - 1- أن تصاغ الأفكار باللغة التي ينبغي استخدامها حتى لو لزم الأمر لصياغة الرسالة باللهجة العامية
 - 2- ان تظهر الألفة والمعرفة بالوسط المحيط بالمستمع أو القارئ، أي تستخدم أحداث محلية لتوضيح القضية موضع الدعاية مع ضرورة الوضوح والتحديد لبلوغ النتيجة المطلوبة².
- أسلوب التشويه بالحذف أو بالإضافة أو بالمبالغة: تستخدم الدعاية طريقة للتقليل من قصورها باستخدام الحذف أو بإضافة بعض الكلمات أو العبارات التي تغير المعنى المقصود، وقد تنوعت أشكال الحذف والإضافة، و باتت تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في تركيب الصور واعادة ترتيب بعض مشاهد ولقطات الفيديو بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي شكلت في الآونة الأخيرة أكبر قدر ممكن من الإشاعات
- أسلوب إثارة العاطفية : تعتمد الدعاية أساسًا على إثارة العواطف لا على المناقشة والإقناع، وكان هتلر يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء، وأن استجابة الجماهير تكون دائمًا استجابة

¹ حمزة إسماعيل حسن أبو شنب : الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014 عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص صحافة، الجامعة الإسلامية بغزة ، فلسطين، 2017 ، ص 54 .

² فايز عبد الله مكيد العساف : مرجع سابق ، ص 182 .

عاطفية أكثر مما هي عقلية، ولذلك فقد كان يدعو إلى أن تتجه الدعاية إلى العواطف وخاصة عاطفة الحقد، وأيسر السبل إلى إثارة الحقد هي التشهير فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق.¹

6.2 سمات الخطاب الدعائي :

إن الخطاب الدعائي يتميز بمجموعة من الخصائص و السمات التي ينفرد بها عن باقي أنواع الخطاب و نذكرها كما يلي:²

- 1- براغماتية الخطاب : إذ يسعى إلى توصيل رسالة على قدر كبير من الفاعلية، ويعتمد على تكييف ما يريد إيصاله وطبيعة الرسالة الدعائية وأهدافها
- 2- قابلية الانتقال :من نظام سيميائي لآخر، فالنصوص الدعائية المكونة للخطاب لها القدرة على الانتقال والتمظهر من نظام سيميائي إلى آخر لأداء وظيفة الخطاب التي تنتقل من وظيفة إلى أخرى.
- 3- القصديّة: في إيصال موضوع الرسالة، عن طريق استخدام العديد من الخطابات إلى جمهور محدد لتحقيق هدف محدد.
- 4- الخطاب الدعائي هو خطاب سلطة: وسلطته مستمدة من سلطة المؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية
- 5- انحيازية الخطاب: وذلك ناتج من عدم حيادية اللغة.
- 6- تناص الخطاب الدعائي: وهو إنتاج وإعادة إنتاج لخطابات سابقة، يتضمن المصادر والأصول غير المغلقة والمنفتحة على بعضها.

¹ يسرا صبيح و سمير رشا ، الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الإجتماعي صفحة افبخاي أدرعى انموذجا، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان ، العدد 16 ، اكتوبر 2018 ، ص 536 .

² حمزة إسماعيل حسن أبو شنب :مرجع سابق ، ص 61 .

المبحث الثاني : الدعاية الصهيونية و القضية الفلسطينية

13-1 تعريف الدعاية الصهيونية :

إصطلاحاً :

إن الدعاية هي المجهودات الموجهة و المقصودة لتغيير الآراء و المواقف نحو سلعة أو فكرة معينة وهذا ما خلصت إليه فكرة الدعاية الصهيونية حيث أن العمل الأساسي لمؤسسي المنظمة الصهيونية كان التأسيس لتقبل أفكار و معتقدات اليهود المتصهينين حول كونهم الشعب الذي بلا أرض و الحقوق الدينية و المدنية لهم في الأرض الفلسطينية و أن الشعب اليهودي ضحية للإضطهاد العالمي و غيرها لتبرير إحتلال الأراضي الفلسطينية و تأسيس الكيان الصهيوني و عليه يتم تعريفها بأنها : مجموع الأعمال و الجهود التي تقوم بها المنظمات الصهيونية و الكيان الصهيوني من أجل تغيير الفكر العالمي حول الإحتلال الإسرائيلي و تحسين صورة ما يعرف بإسرائيل للحصول على الدعم العالمي في التواجد في الأراضي الفلسطينية .

وتعتبر الدعاية الصهيونية من أنجح الدعايات الإعلامية التي تقوم بأكبر عملية غسل أدمغة على المستوى العالمي، يساعدها في ذلك امتلاك اليهود للإمكانيات الإقتصادية و المالية، إضافة إلى معرفة اليهود لأنسب الطرق لمخاطبة العقل الغربي، حيث سهلت عليهم جذورهم الأوروبية أن يحققوا أكبر عملية غسل دماغ بشرية في التاريخ لصالح قضيتهم التي عملوا من أجلها، ألا وهي تهويد فلسطين و تغيير معالمها.¹

ويمكن اعتبار ان الدعاية الصهيونية هي أحد أوجه الصهيونية العالمية الموحد، فالصهيونية هي حركة عالمية تمارس نشاطها بين جميع أعضاء الجماعات اليهودية، في حركة قائمة على ديباجات و خلفيات دينية و تراثية يهودية، و شرط نجاحها مرتبط بإلغاء حقوق أهل فلسطين، و تعتبر أيضا حركة عنصرية استيطانية، تطالب بتوطين اليهود، و إقامة دولة لهم على حساب الشعب العربي الفلسطيني، و قد ارتبطت الحركة الصهيونية الحديثة إلى اليهودي النمساوي هرتزل الذي يعد الداعية الأول للفكر الصهيوني الحديث المعاصر، فهي حركة سياسية علمانية، لا تلتزم بأي شرع أو تعاليم، بقدر التزامها بتحقيق أهدافها 8. تجدر الإشارة أن الدعاية الصهيونية و الحرب النفسية التي تقوم بها، موجهة إلى العالم بأسره فمدى أهدافها و انتشارها ليس مقتصرًا على الدول العربية او الفلسطينيين أو الغرب عموماً، فهو أيضا موجه إلى اليهود في حد ذاتهم لتصحيح صورتهم السلبية و القبيحة التي ما انفكت تلازم اليهود أينما حلوا و ارتحلوا²

¹ فهد بن وازع بن نومه القحطاني: الدعاية الصهيونية، 2017/05/18 ، إسترجع بتاريخ 2024/01/24 ، متاح على الرابط <https://www.alma3raka.net>

² أحمد شريف بسام: الدعاية الصهيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 07 ، العدد 02 ، ديسمبر 2018 ، ص 104 .

14-1 الجذور التاريخية للدعاية الصهيونية :

- كان لا بد من استخدام الدعاية بهدف منح الشرعية لأهداف الحركة الصهيونية ومؤسس الصهيونية السياسية الحديثة "ثيودور هرتزل" من الأوائل الذين ساروا على خطى هذا الدرب عن طريق إنشاء جريدة تصدر بشكل أسبوعي بإسم "دي وولت" عام 1897 ، كانت هذه الجريدة تدعو اليهود إلى إنشاء وطن قومي لهم، ارتكزت الدعاية الصهيونية في تلك الجريدة على أهمية توحيد صفوف اليهود في جميع أقطاب العالم وتأجيج حنينهم إلى فلسطين أرض الميعاد وإلى أهمية أن يثوروا بعد الظلم والقمع الذي تعرضوا له عبر التاريخ، اعتمد اليهود بشكل كبير على الحجة الدينية التي تدعي أن الله قد وعدهم بفلسطين بالإضافة إلى الحجة التاريخية التي ترى أن من حقهم أن يجتمعوا تحت غطاء سيادي واحد بعد أن عانوا من التشتت¹ ، ركزت الدعاية الصهيونية منذ نشأتها على التأثير على الدول الكبيرة ومراكز الثقل السياسي في قارة أوروبا، خاصة في الفترة التي شهدت جهود ومساعي التأسيس لإسرائيل والتي كانت أوروبا ما زالت تسيطر على مقاليد الأمور في العالم، ثم نقلت جهودها إلى أمريكا الشمالية فاستحوذت مبكراً وحتى قبل تأسيس الدولة اليهودية على الرأي العام الأمريكي من الداخل. في ذلك الوقت لم يكن العالم ولا العرب بالتأكيد يعرف خطط الحركة الصهيونية العالمية وأهدافها التي تسعى من خلالها إلى تغيير مفاهيم ترسبت وتكرست داخل أعماق الناس في كل أنحاء العالم عن اليهود² .

لقد عرفت الحركة الصهيونية منذ البداية أهمية الدعاية في التأسيس لأفكارها على أرض الواقع فاستخدمتها وخططت لعملها مستقبلاً فكل ما نراه الآن من النظام العالمي و الكيان الصهيوني وتواجده في الشرق الأوسط تحديداً هو مشروع قديم ساهمت الدعاية في تحقيقه .

وتطور الدعاية الصهيونية تاريخياً عرف العديد من المراحل وهي :

- المرحلة الأولى: وتبدأ من المؤتمر الصهيوني الأول عام 1897 ، وكان من أبرز اتجاهاته التأكيد على حق اليهود في إقامة دولة لهم في فلسطين وتشجيع هجرة اليهود إليها.
- المرحلة الثانية: وتبدأ بعد صدور وعد بلفور 1917 ، حتى إعلان قيام دولة الكيان الصهيوني عام 1948 ، حيث عملت الدعاية الصهيونية على تهيئة الأجواء الدولية والمحلية باتجاه جلب أكبر عدد

¹ لارا إبراهيم : الدعاية الصهيونية، 2020/09/27، إشرجع بتاريخ 2024/01/25 ، متاح على الرابط <https://www.raialyoum.com> .

² رفعت رشاد: الدعاية الصهيونية وأثرها على القضية الفلسطينية ، 2023/11/10 ، إشرجع بتاريخ 2024/01/25 ، متاح على الرابط

<https://www.elwatannews.com>

من المهاجرين اليهود إلى فلسطين، والتصدي لمقاومة الشعب الفلسطيني، وتأمين الحصول على المزيد من الدعم الدولي¹.

• المرحلة الثالثة: وهي الفترة التي تمتد منذ حرب أكتوبر عام 1973 حتى الفترة الحالية وتركزت جهود الدعاية الصهيونية إلى تأمين اعتراف المجتمع الدولي بشرعية إسرائيل، وضمان تدفق سيل المهاجرين²

أما بعد نكسة العرب في حرب 1967 فأصبح تركيز الدعاية الصهيونية على عظمة هذا البلد الصغير الذي هزم العرب مجتمعين، أما في آخر مرحلة ركزت الدعاية الصهيونية على إظهار إسرائيل على أنها العامل الرئيسي في تحديد الأوضاع بالسلام والحرب في منطقة الشرق الأوسط والربط بين الإسلام والإرهاب والربط أيضا بين اليهود والمسيحية وأن الخطر المشترك بينهما هو الإسلام ، خاصة بعد هجمات 11 سبتمبر وترسيم الصورة النمطية السلبية الإرهابية الملتصقة بكل عربي مسلم، وهذا ما استغلته آلة الدعاية الصهيونية في صالحها وقد نجحت بعد عقود طويلة في توظيف الأصولية المسيحية اليمينية في خدمة أهدافها، ولتخوض بها معركتها الكبرى التي توفر للدولة العبرية درعا واقيا بحيث أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية خط الهجوم الأول على المنطقة³.

15-1 سمات الدعاية الصهيونية :

إن اعتماد الدعاية الصهيونية على بعض المرتكزات في ترويجها لروايتها يجعلنا نستخلص مجموعة من الخصائص التي تختص بها عن غيرها من الدعايات:

- تحاول أن تصور اليهود على أنهم ضحية لإضطهاد تاريخي ممنهج و عليهم إسترجاع حقوقهم.
- ترسم صورة للجيش الإسرائيلي على أنه أحد أقوى الجيوش في العالم و أن إسرائيل دولة ديموقراطية كالدول الغربية في منطقة الشرق الأوسط تتعايش مع مختلف الطوائف و الفئات .
- تختص بتغيير صورة العربي في الذهن الغربي على أنه عنيف إرهابي متخلف و تغير صورة اليهودي من بخيل أناني معزول لا يختلط إلى بجماعته إلى متحضر ذكي مقاتل قوي .
- تؤكد على فكرة أن اليهودي أمة واحدة ووطنهم فلسطين دينيا و تاريخيا و عليهم العودة و إعمارها و هذا لطمس الهوية الفلسطينية العربية الإسلامية

¹ أحمد شريف بسام: مرجع سابق ، ص 105 .

² أحمد شريف بسام و وردة حمدي: الأطر التاريخية و الإيديولوجية للدعاية الصهيونية ، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية المجلد 09 / العدد 20، 2021/05/01، ص 314 .

³ أحمد شريف بسام و وردة حمدي: المرجع السابق ، ص 315 .

- تعتبر الدعاية الصهيونية مركزية من حيث الأجهزة الدعاية التي تخطط و بعدها توزع مهام كل فرع في وسيلة و جهة معينة للترويج
 - التخصص و الإنتشار حيث لكل منطقة و دولة و جهة وسائلها التي تتحدث بلغتها لإيصال الرسائل الدعائية الصهيونية و تحقيق أهدافها .
- إن الدعاية الصهيونية تصنف من الدعايات السوداء كونها تعتمد على الخداع و التضليل و تدليس الحقائق و تزييفها لتبرير الإحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية منذ 1948 .

16-1 دور الدعاية الصهيونية في تأسيس الكيان الصهيوني:

لقد سبق و أن أشرنا إلى إنتباه اليهود لأهمية الإعلام في احتلالهم للأراضي الفلسطينية و تأسيس كيانهم المزعوم إسرائيل و ذكر الباحث محمد سعيد عبد الهادي في ورقة بحثية له بعنوان "اللوبي الصهيوني والعربي في أمريكا": "يقدم الإسرائيليون في برامج السياحة تاريخ القدس بعمر 3000 عام فقط كتاريخ يهودي، متناسين الـ2000 عام التي سبقت قيام مملكة داود عليه السلام والتي وُجد فيها العرب منذ عام 3000 ق.م" ، منذ وقت مبكر روجت الحركة الصهيونية لأسطورة أن حائط المبكى هو الجزء المتبقي من هيكل النبي الملك سليمان، وأنه يوجد داخل هيكل سليمان قدس الأقداس وهو أكثر المواقع قداسة لدى اليهود، وأنه بقدس الأقداس حجر الأساس الذي خُلق منه العالم، مدعين أن قبة الصخرة هي موقع قدس الأقداس والموقع الذي كان سيضحي فيه النبي إبراهيم بابنه إسحاق ، أثمرت هذه الجهود الأثمة وأنجزت مهمتها ونجحت تلك الروايات المصطنعة في تحقيق غاياتها، وليس أدل على ذلك من ترديد الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في أثناء زيارته لـ"إسرائيل" أسطورة من الأساطير الصهيونية بأن "إسرائيل" إرث الوجود اليهودي الديني في فلسطين منذ آلاف السنين وما زيارته لحائط المبكى (حائط البراق) والصلاة فيه بتلك الحفاوة والتقدير إلا نتيجة لتأثره بالدعاية الصهيونية وتصديقه روايتها¹.

إن الدعاية الصهيونية لازمت الحركة الصهيونية و قد سجلت نجاحا كبيرا في كافة المجالات كونها عملا فريدا في الدعاية الخارجية أيضا حيث تستغل أجهزة الإعلام في ترويض الرأي العالم العالمي على رفض وقبول ملف معين و تعمل دوما على خلق التأثير الدولي على نطاق واسع لضمان وجود و نفوذ إسرائيل

¹ محمد ريان: الدعاية الصهيونية و دورها في إنشاء دولة إسرائيل، 2018/05/28، إسترجع بتاريخ 2024/01/30، متاح على الرابط

. <https://www.noonpost.com>

دوليا كدولة و وواقع حيث تعمل وسائل الإعلام الإسرائيلية داخليا و خارجيا بإستراتيجيات إعلامية مدروسة لتحقيق أهداف هذا الكيان¹.

ومنه نستطيع القول أن العمل الدعائي الصهيوني هو من أنتج لنا هذا القبول الدولي و الدعم لما يسمى بإسرائيل و هي أيضا نتاج الحركة الصهيونية التي جندت كل القوانين و المؤسسات الدولية و على رأسها وسائل الإعلام خدمة لهذا الإحتلال الذي يمارس جرائمه بعيدا عن الرقابة و يحظى بدعم و غطاء دولي في ظل تجريم و إتهامات بالإرهاب للفلسطيني المقاوم الذي يدافع عن حقوقه المدنية و أرضه .

17-1 أساليب الدعاية الصهيونية:

تعتمد الدعاية الصهيونية في تحقيق أهدافها على مجموعة من الاساليب و التقنيات نذكرها كما يلي²:

- أسلوب التشنيع بالخصم: مثل إصاق تهمة الإرهاب للفلسطينيين و المسلمين الذين يساندون المقاومة.
- أسلوب التكرار: مثل موضوع الهولوكوست و المحارق النازية ضد اليهود، و التي من النادر أن تجد شخصا لا يعرف عنها شيئا.
- أسلوب التضليل: و مثال على ذلك الحرب الأخيرة على غزة، حينما ادعت وزيرة خارجية إسرائيل آنذاك تسيبي ليفني أن إسرائيل لا تكره أطفال غزة، و أنها حزينة لأن حماس تستخدمهم دروعا بشرية .
- أسلوب الاختزال: مثل ادعاء إسرائيل بأن الحرب الدائرة في قطاع غزة هي فقط بين الجانب الإسرائيلي و جانب حركة حماس.
- أسلوب التخويف و إثارة الرعب: و مثال على ذلك حينما قام الجيش الإسرائيلي بالاتصال على هواتف المواطنين الفلسطينيين الأرضية و النقالة و إذاعة تسجيلات صوتية ترعبهم من البقاء في منازلهم، و تحثهم فيها على الهرب.
- أسلوب الكذب: تلجأ الدعاية الإسرائيلية إلى الكذب و تكون وظيفة رجل الدعاية أن يستخدم جميع الوسائل و الحيل لعدم اكتشاف الأكذوبة، و في نفس الوقت يعد نفسه مدافعا، بحيث

¹ عبد المنعم كاظم مطلب الشمري : الدعاية الصهيونية و اساليبها في عمليات تهجير اليهود في العالم ، أمجد للنشر و التوزيع، المملكة الاردنية الهاشمية، 2016. ص 140 .

² صالح سليمان المصري : الخطاب الإسرائيلي النشأة و الأساليب و الأهداف و الدعاية الموجهة نحو مسيرة العودة الكبرى، 2018/09/18 ، إسترجع بتاريخ 2024/01/30 ، متاح على الرابط <https://www.journalistsupport.net>

يكون عند اكتشاف الأكذوبة على استعداد للرد منقمصا صورة الضحية بطريقة لا يمكن لخصومه أن يكتشفوا الكذبة.

- أسلوب التبوير: أو بمعنى آخر احتواء أصل القضية بتفريعات حولها تصوغ منها مبررات وجود الدولة والممارسات التي تقوم بها في تلك الدولة وخارجها)، وتعتمد في هذا الأسلوب العديد من الحيل تزييف الحقيقة .

كما نجد من أساليب الدعاية الصهيونية أيضا¹:

- أسلوب المناورة والمراوغة: وهي عملية التهرب من مواجهة الأسئلة والإجابة بالعموميات، حيث يتهربون من الحقوق الفلسطينية المشروعة بالقول إن الفلسطينيين هم عرب، وأن الدول العربية هي سبب المشكلة؛ لأنها رفضت توطين الفلسطينيين واستيعابهم في مجتمعاتها بحيث بقي الفلسطينيون بؤر توتر، متجاهلة بالفعل أن مشكلة اللاجئين هي من صنعها.
- أسلوب التزوير وهو أسلوب إسرائيلي دعائي بامتياز، وتكثر الأمثلة في ذلك، ومنها: تهويد القدس، وأن القدس حق لكل الأديان وليس للمسلمين وحدهم، وأن شخصية المدينة شخصية دولية عالمية تعنى في وجودها النسبية القومية، كما عمدت إلى قلب الحقائق والتزوير في القضايا التي لا تخدم أهدافها، وإقناع الغرب بأن إسرائيل قطعة منه، وأن اليهود يمثلون الحضارة الغربية في الشرق الأوسط، ووجودهم ضروري للحفاظ على تلك الحضارة.

18-1 أدوات الدعاية الصهيونية:

للدعاية الصهيونية مجموعة من الأدوات التي تستخدمها في ترويجها لأفكارها وأيديولوجيتها ومنها :

- الحملات الإعلامية: واكبت أجهزة الدعاية "الإسرائيلية" بسرعة وحيوية التغيرات التي طرأت على وسائل الإعلام خلال العقدين الأخيرين ، حيث الإعلام الرقمي، ومواقع التواصل الاجتماعي، وشبكة الإنترنت، وتطبيقا الهواتف المحمولة لتوسيع قاعدة انتشارها، لاسيما بين صفوف الشباب، ولدعوة المزيد من الرأي العام إلى الانضمام إليها، والتفاعل مع أهدافها والفعاليات التي تنظمها، إماما دعماً لـ "إسرائيل" أو ضد التحركات المناهضة لها.²
- أجهزة الإعلام الجماهيري: حيث قامت الحركة الصهيونية بالسيطرة على التقنيات الحديثة كالقنوات الفضائية وشبكة الانترنت، واستغلت الحرية المتاحة أمام امتلاك وسائل الإعلام بغية

¹ حمزة إسماعيل حسن أبو شنب: مرجع سابق ، ص 72 .

² حمزة إسماعيل حسن أبو شنب : مرجع سابق ، ص 74

السيطرة عليها، وتوجيهها انطلاقاً من القدرات المالية التي تتمتع بها الحركة الصهيونية بطرق متعددة، ومنها:¹

أ- الملكية المباشرة لوسائل الإعلام، أو السيطرة عليها عن طريق شغل المناصب المهمة في وسائل الإعلام القومية.

ب- تخوف الإعلاميين واتهام الرفض منهم للمواقف الإسرائيلية بمعاداة السامية، وبالتالي يخشى الإعلامي ومن فقدان شعبيتهم بما يجبرهم على الخضوع .

ت- السيطرة على صحف الصفوة التي يتابعها القادة وأصحاب الرأي من الطبقة الراقية ممن لهم تأثير قوي في اتخاذ القرارات وتغييرها.

● الهسبارا : تُعد الهسبارا من أقوى آليات الدعاية المعاصرة وأكثرها تعقيداً، إذ تهتم بشرح وتوضيح سياسات الحكومات الإسرائيلية للرأي العام، تعتمد القوى الفاعلة في إسرائيل على تحريك جهاز "الهسبارا" أو "العلاقات العامة" لتغيير نظرة المجتمع الدولي. والجديد في الحروب الحالية صعوبة تحقيق التعقيم الكامل على سير الأحداث، نظراً إلى الاهتمام البالغ الذي يوليه الإعلام للقضية الفلسطينية، وتطور وسائل الإعلام السمعية والبصرية ووسائل الاتصال الاجتماعي عبر الإنترنت، مما جعل كل شخص يصبح مراسلاً للأحداث والصور من ساحات الحرب.²

¹ عبد الله البدوي : مرجع سابق ، ص 123

² موقع TRT بالعربي :فن الخداع كيف تستخدم إسرائيل الهسبارا في تجميل جرائمها، 2023/11/07 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/01، متاح على الرابط <https://www.trtarabi.com>

1-2 تعريف القضية الفلسطينية:

اصطلاحاً :

هي مصطلح مركب يشار به إلى صراع يرتبط بشكل جذري بنشوء الصهيونية و الهجرة اليهودية إلى فلسطين و الاستيطان فيها و دور الدول العظمى في المنطقة و تتمحور القضية الفلسطينية حول قضية اللاجئين الفلسطينيين و شرعية إسرائيل و احتلالها للأراضي الفلسطينية.¹ كما تعرف أنها إحدى القضايا الدولية المعقدة التي تمتد لعقود طويلة من الزمن هي قضية تاريخية تتعلق بحقوق الفلسطينيين ووجودهم في دولتهم فلسطين المحتلة و ترتبط هذه القضية بمجموعة من الأحداث التي شهدتها المنطقة على مدار عقود في محور صراع طاحن أثر في حياة ملايين الناس² إجرائياً :

هي قضية المسلمين و العرب و الفلسطينيين مع الصهاينة الذين يحتلون الأراضي الفلسطينية منذ 1948 تحت ذريعة الأرض الموعودة للشعب المختار و هي دائرة للصراع العربي الإسرائيلي لتأسيس الصهاينة ما يعرف بدولة إسرائيل و التي تسلب أصحاب الأرض الفلسطينيين حقوقهم و أرضهم و تهود معالمهم الإسلامية هي قضية الأحرار و تاريخ من النضال لإسترجاع فلسطين .

2-2 الخلفية التاريخية للقضية الفلسطينية :

إن القضية الفلسطينية هي الأبرز في القضايا التحررية للقرنين الأخيرين تشغل العالم العربي و الإسلامي نظراً لـ 03 جوانب بارزة:³

- قدسية الأرض و رمزيتها للمسلمين
- طبيعة العدو و الذي يحمل إدعاءات عقائدية و تاريخية يسعى للتوسع و إخراج الشعب الفلسطيني من أرضه
- إن تأسيس الكيان الصهيوني يرتبط بتحالف مع الغرب لإضعاف و تفكيك الأمة الإسلامية و إبقاؤها في فلك التبعية للقوى الكبرى في الغرب و لهذا يعد الكيان الصهيوني الإسرائيلي الذي

¹ منظمة معرفة : القضية الفلسطينية ، 2018/06/20 ، إسترجع بتاريخ 2024/01/21 ، متاح على الرابط <https://www.marefa.org> .

² موقع TRT عربي : القضية الفلسطينية مكانة الصمود و البحث على الحقوق ، 2023/11/06 ، إسترجع بتاريخ 2024/01/21 ، متاح على

الرابط <https://www.trtarabi.com>

³ محسن محمد صالح : القضية الفلسطينية خلفياتها التاريخية و تطوراتها المعاصرة، مركز الزيتونة للدراسات و الإستشارات، بيروت ،

2012، ص 09 .

وضع في فلسطين تحدي للعالم الإسلامي بأشكاله العسكرية و السياسية و الحضارية و على الأمة أن تسعى نحو التحرر و الوحدة و النهضة .

يمكننا القول أن البعد السياسي هو أساس محتوى هذه القضية دون الانتقاص من البعد الديني كانت القضية الفلسطينية وليدة عصر الإستعمار و الحركات التحررية تدور حول الصراع على الأرض الفلسطينية اعتبارا من مطلع العشرينات بين الإستعمار البريطاني و الحركة الصهيونية و الحركة الوطنية التحررية للشعب الفلسطيني علما أنها بدأت أساسا مع الإستيطان اليهودي سنة 1882 و إنعقاد مؤتمر الصهيونية العالمية 1897 ثم الموجة الثانية لهجرة اليهود في منتصف العقد الأول من القرن العشرين ثم صدور وعد بلفور 1917.¹

و قد تم خلق الكيان الصهيوني رسميا سنة 1948 على الأراضي الفلسطينية كما أن تدويل القضية الفلسطينية يتم السعي إليه منذ بدايات هذا الإحتلال .

2-3 أهم المؤتمرات في تاريخ القضية الفلسطينية :

إن التاريخ الفلسطيني حافل بالمراحل التي تعاقبت على الأرض المقدسة من السكان الأصليين و الحضارة الكنعانية إلى الحملات الصليبية و تحرير صلاح الدين الأيوبي للقدس إلى غاية الفتوحات الإسلامية ثم الحقبة العثمانية و بعد سقوط الدولة العثمانية و ما عرف تاريخيا بتقسيم التركة العثمانية و وقوع الأراضي الفلسطينية تحت الإنتداب البريطاني 1917 و الذي استمر إلى غاية 1947 ليظهر هذا الإنتداب دعمه لإنشاء وطن قومي للشعب اليهودي في فلسطين من عام 1922 إلى 1947 و خلالها حدثت هجرة واسعة لليهود و إزدادت مع الثلاثينيات تحت الإضطهاد النازي و في سنة 1947 سلمت المملكة البريطانية القضية الفلسطينية إلى الأمم المتحدة و التي إقترحت إنهاء الإنتداب البريطاني و تقسيم فلسطين إلى دولتين مستقلتين واحدة فلسطينية و الأخرى يهودية.²

و من أهم المؤتمرات و الإتفاقيات الدولية في تاريخ القضية الفلسطينية نجد :

- إتفاقية سايكس بيكو: هي إتفاقية وقعت سنة 1916 بين فرنسا و بريطانيا و روسيا القيصرية تنص على إقتسام الدول العربية الواقعة شرقي المتوسط قادها مندوب فرنسا جورج بيكو و مندوب بريطانيا مارك سايكس و مندوب روسيا و قد وقعت اواسط العراق و ميناء عكا و حيفا

¹ ماهر الشريف : القضية الفلسطينية في الكتابة التاريخية العربية ، مجلة الدراسات الفلسطينية ، المجلد 14، العدد 55 ، 2003 ، ص 02

² عبد الله احمد مصطفى: الإعلام الجديد و القضايا العربية تحديات رؤى مستقبلية " القضية الفلسطينية أنموذجا" ، مجلة بحوث الإعلام و علوم الإتصال ، المجلد 01، العدد 11، يوليو 2021 ، ص 08 .

في فلسطين تحت الإنتداب البريطاني و منه سهلت بريطانيا هجرة و وصول اليهود للأراضي الفلسطينية¹.

- وعد بلفور : هي رسالة كتبها وزير الخارجية البريطاني آرثر بلفور إلى المصرفي و أحد زعماء اليهود روتشيلد حيث أبدى وقتها تعاطف و دعم بريطانيا لليهود لإقامة وطن قومي لليهود في فلسطين حيث كان لهذه الرسالة الأثر في هجرة اليهود فيما بعد و إعتبر البعض أن سبب كتابة هذه الرسالة هو حصول بريطانيا على دعم اليهود في الحرب العالمية الأولى².

- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 1947 :

هو إسم أطلق على القرار رقم 181 الذي أنهى الانتداب البريطاني على الأراضي الفلسطينية و تقسيمها إلى 03 كيانات جديدة عربية و يهودية و آخرت تحت الوصاية الدولية يشمل القدس و بيت لحم³.

- إعتراف أمريكا بدولة إسرائيل :

كانت الأمم المتحدة أول دولة تعترف بالكيان الصهيوني كدولة 14 ماي 1948 و أسس علاقات دبلوماسية معها من خلال السفير جرسن غروفر⁴.

- اتفاقيات رودس 1949 :

أول هذه اتفاقيات كانت للهدنة بعد تأسيس الكيان الصهيوني مع العرب بالتحديد مع مصر-لبنان-الأردن و تمت على جزيرة رودس اليونانية تحت إشراف الأمم المتحدة و فيها تم تحديد ما عرف بالخط الأخضر أي إنشاء مناطق منزوعة السلاح و تخفيض القوات و السلاح في أخرى و عودة السلام⁵.

- القرار 242 :

و الذي ينص على انسحاب إسرائيل من الأراضي التي إحتلتها خلال حرب 1967 مع العرب و الالتزام بحل الدولتين⁶ ، لكن هذا الحل يجبر الأطراف على الإعتراف بإسرائيل و كذلك تعتبر الحدود قبل 1967 الأحسن لأن إسرائيل قد تمكنت من إحتلال 75% من الأراضي الفلسطينية خلال ما يعرف بالنكبة الأولى .

¹ موقع الجزيرة : إتفاقية سايكس بيكو 1916/04/2011 ، إسترجع بتاريخ 20/12/2023 ، متاح على الرابط <https://www.aljazeera.net>

² موقع BBC عربي: ماهو وعد بلفور ، 01/11/2021 ، غسترجع بتاريخ 20/12/2023 ، متاح على الرابط <https://www.bbc.com/arabic>

³ موقع الجزيرة : قرارات الأمم المتحدة حول القضية الفلسطينية " القرار رقم 181" ، 30/11/2023 ، إسترجع بتاريخ 20/12/2023 ، متاح على الرابط <https://www.aljazeera.net>

⁴ السفارة الأمريكية ك السياسة السياسة التاريخ ، د.ت ، متاح على الرابط <https://il.usembassy.gov>

⁵ محمد عبد الرحمان : إتفاقية رودس ، 24/02/2021 ، إسترجع 19/02/2024 ، متاح على الرابط <https://www.youm7.com>

⁶ موقع الجزيرة : قرارات الأمم المتحدة حول القضية الفلسطينية " القرار رقم 242" ، 30/12/2016 ، إسترجع بتاريخ 20/12/2023 ، متاح على الرابط <https://www.aljazeera.net>

- قرار فك الإرتباط :

هو قرار أخذه الملك الأردني حسين سنة 1988 بعد الإنتفاضة الفلسطينية 1987 التي أرادت تحرير الضفة الغربية لصالح الفلسطينيين و عليه أكد الملك الأردني أن الأردن للأردنيين و فلسطين للفلسطينيين¹.

- إعلان قيام دولة فلسطين :

15 نوفمبر 1988 أعلن الرئيس الراحل ياسر عرفات من العاصمة الجزائرية قيام دولة فلسطين المستقلة وعاصمتها القدس الشريف بما عرف بوثيقة الإستقلال².

- مؤتمر مدريد :

هو مؤتمر إنعقد سنة 1991 تحت إشراف الولايات المتحدة الأمريكية و جاء بعد العديد من الحروب والثورات في الشرق الاوسط و أبرز نقطة فيه هو جلوس ممثلي دولة فلسطين لأول مرة على طاولة مفاوضات مع الإسرائيليين و سمي مؤتمر السلام الذي أفضى إلى مؤتمر أوسلو بعده و الذي حدد معالم السلام مع الكيان الصهيوني في المنطقة و مبدأ تقسيم الدولة إلى دولتين³.

4-2 أبرز سياسات التهويد و التقسيم على الأراضي المحتلة :

إن الكيان الصهيوني و منذ إحتلاله للأراضي الفلسطينية 1948 يحاول طمس الهوية الفلسطينية العربية الإسلامية فعمليات التهويد الممنهجة التي تحدث منذ 75 سنة من تقسيم جغرافي و استيطان و سياسات العزل و الحصار التي تمارس على الشعب الفلسطيني هي نتاج لأفكار المحتل و الدعم الغربي الذي يتحصل عليه ، نركز في هذا العنصر على أهم تلك السياسات التي حدثت و غيرت خارطة فلسطين منذ إحتلالها :

- سياسة الاستيطان : حيث أن الهدف منها إرساء قاعدة بشرية و عسكرية و إقتصادية لبناء دولة حيث بدأ المشروع الاستيطاني عبر مراحل أولها أثناء الوجود العثماني قبل 1948 بهجرة اليهود إلى فلسطين هربا من النازية بعدها في مرحلة الإنتداب البريطاني و حتى قيام الكيان الصهيوني 1948 بعد ما عرف بقانون العودة 1950 الذي سنه الكنيست و هو حق كل يهودي في الإستيطان داخل فلسطين و المرحلة الرابعة من 1967 و لعل أخطر فترة كانت بين 1977 و 1981 حيث تمت إقامة 35 ألف مستوطنة تشكل اليوم 35 % من مجموع المستوطنات ، حيث تسيطر إسرائيل اليوم على منح

¹ هيجاء حسين نور الشمالية : ما بعد قرار فك الإرتباط ، 2021/08/05 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/20 ، متاح على الرابط

<https://www.alrai.com>

² وكالة الأنباء الجزائرية : 1532 سنة على قيام الدولة الفلسطينية في الجزائر ، 2020/11/15 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/20 ، متاح على

الرابط <https://www.aps.dz>

³ محمود عباس : مؤتمر مدريد وضع الأمور في نصابها ، مجلة الدراسات الفلسطينية ، المجلد 02 العدد 08 ، 1991 ، ص 104 .

الأراضي وخاصة المحاذية للمستوطنات بل و تمتلك السلطة لبناء مستعمرات جديدة فوق أراضي فلسطينية و تستخدم سياسات الهدم للمنازل المأهولة و إعادة بناءها للمستوطنين¹.

● جدار الفصل العنصري: بدأ بناؤه سنة 2002 في عهد رئيس الحكومة الصهيوني أرئيل شارون يمتد على طول الخط الأخضر مع الضفة الغربية يبلغ طوله 770 كلم و يمر بخط مهم حيث يعزل مدينة الأغوار التي تعتبر مصدر غذاء الشعب الفلسطيني و تضرر من بنائه 180 مجمعا سكنيا و تم من خلاله فصل القدس عن باقي المدن الفلسطينية كما تم مصادرة 10 % من حجم أراضي الضفة الغربية و 30 بئرا إرتوازيا مما يشكا أزمة مياه و غذاء للفلسطينيين حيث أضر على الشكل الإقتصادي و الإجتماعي لحياة الفرد الفلسطيني ، كما تم تغيير شكل خريطة فلسطين حتى تلك المنصوص عليها في مبدأ قيام الدولتين و حدود 1967 و وجود حواجز و مراقبة رهيبية عند الدخول و الخروج للأفراد بين المدن و حتى المدينة نفسها و وجوب تصاريح للتنقل.²

● تهويد القدس : لقد كانت و لازالت القدس الجزء الأبرز في الصراع الفلسطيني -الإسرائيلي كونها سياسيا عاصمة و دينيا قبلة المسلمين و إدعاء اليهود وجود هيكل سليمان في المسجد الأقصى و حائط المبكى و غيرها من الإدعاءات ، حيث تعرضت مدينة القدس منذ 1948 إلى مجموعة من الإجراءات في طريق تهويدها من مجازر جماعية في حق السكان هدم حارة المغاربة التي كانت معلما على عربية القدس إلى بناء مستوطنات لفصل القرى المقدسية عن القدس ثم فتحها للسياحة من أجل ترويج لفكرة أنها عاصمة لإسرائيل و انها يهودية الشكل و الفكر.³

5-2 القضية الفلسطينية و الرأي العام العالمي :

إن نقطة التحول في القضية الفلسطينية و الرأي العام هي الثورة التكنولوجية حيث أضى العالم يعرف أكثر مما يحدث على أرض فلسطين المحتلة و مجريات الصراع حيث شكلت الإنتفاضتين الفلسطينيتين و الحروب الإسرائيلية على قطاع غزة لاسيما 2014 منعظا مهما على صعيد الرأي العام العالمي و المواقف الشعبية و الدولية و حركة التعاطف مع القضية الفلسطينية حتى أضى أقرب لفهم هذه القضية⁴ ، حيث أن لغة الصورة عبرت عن معاناة هذا الشعب و لعل ما يحدث الآن بعد معركة طوفان

¹ هنادي هاني محمد إسماعيل : الدولة الفلسطينية نموذج بناء المؤسسات في قيام الدولة ، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير ، جامعة النجاح نابلس ، فلسطين ، 2012 ، ص 96-ص 98 .

² صقر جبالي : جدار الفصل العنصري حقائق و أرقام ، 2020/03/12 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/01 ، متاح على الرابط

<https://info.wasfa.ps>

³ محمد عبد الفتاح عرفات ، مواجهة تهويد القدس في الدولة العربية ، كلية الدراسات العليا و البحث العلمي ، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير ، جامعة القدس ، 2020 ، ص 200 .

⁴ عبد الله محمود عدوي ، الرأي العام و القضية الفلسطينية ، الملتقى للنشر ، تركيا ، 2021 ، ص 57 .

الأقصى 07 أكتوبر 2023 يعد أهم نقطة في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي حيث تقود المقاومة الفلسطينية حرباً إعلامية وعسكرية منذ ذلك الحين استطاعت أن تزعم صورة هذا الكيان أمام الرأي العام الدولي حيث أصبح الكل يرى حقيقة هذا الصراع كما أنه دحض الكثير من الأكاذيب حول أقوى رابع جيش في العالم وأبان عن عجز القوانين الدولية على حماية المستضعفون وأنها وجدت لحماية من تدعمه الدول القوية وليس العكس ، وتبقى مواقف الشعوب هي الأبرز من حيث الإنسانية والدعم والمظاهرات التي خرجت نصرة للشعب الفلسطيني بعد الحرب اللاأخلاقية من قصف و حصار و منع للمساعدات من طرف الكيان الصهيوني .

6-2 القضية الفلسطينية والرأي العام العربي :

إن المواقف العربية تعد الأهم في القضية الفلسطينية نظراً لإنتهاء فلسطين جغرافياً وتاريخياً ودينياً للمنطقة العربية فتواجد هذا الكيان في منطقة الشرق الأوسط هو زعزعة للأمن والوحدة العربية فمنذ 1948 ووجود هذا الكيان فوق الأراضي الفلسطينية وأشكال المقاومة الداخلية والخارجية هي نفسها حتى لو مع حملات التطبيع مع الحكومات العربية لكن تبقى الشعوب العربية مناهضة لهذا الإحتلال وتعتبر القدس عاصمة فلسطين العربية الأبدية.

إن الموقف العربي حكّمته منذ بداية هذا الإحتلال العديد من العوامل التي أضعفت مواقفها إتجاه القضية الفلسطينية فوجود إيران في المنطقة بفكرة المد الشيوعي و الصراع مع السنة جعل الدول الخليجية تركز على تأمين إستقرارها، و بروز التيارات الإسلامية التي حرصت الجهات المعادية لها على إظهارها بشكل سلبي ووصمها بالإرهاب و العنف و الهجرة مما جعل الغرب يمارس الإسلاموفوبيا على الحركات التحررية ، كما أن ثورات الربيع العربي التي زعزعت أمن المنطقة و جعلت الأوضاع الداخلية للدول العربية هشّة مما جعل الإنبساط سيد الموقف و ممارسة الصمت إتجاه القضية الفلسطينية التي كانت في قائمة الأولويات العربية الإسلامية¹.

¹ ناصر قدوة : القضية الفلسطينية والحالة العربية ، مجلة الدراسات الفلسطينية ، العدد 120، 2019 ، ص 22 .

خاتمة :

في النهاية يظل تأثير البروباغندا و الدعاية واضحا في شكل تفكيرنا و اتخاذ قراراتنا و تستخدم هاتين الآليتين بشكل مستمر و كثيف في العالم الحديث سواء لنشر الأفكار و المعلومات أو لتحقيق اهداف محددة و من المهم أن نكون واعيين بقوة هذه الأدوات و أثرها على المجتمع فهما ليستا مجرد أدوات ترويج أو تغيير فكري فقط بل هما آليات لبناء فكر جديد عليه علينا تبني أفكارنا و مواقفنا بحكمة حتى تكون قوة إيجابية في تعزيز التغيير الإجتماعي و الحفاظ على وحدة المجتمعات بعيدا عن إثارة الإنقسام والتشويه .

الفصل الثالث :
الصورة الإعلامية
وسيميائية الدلالة
و الرمز



المبحث الثاني : سيميولوجيا الدلالة
والرمز

- 5-1 مفهوم الدلالة-
- 6-1 نشأة علم الدلالة-
- 7-1 أنواع الدلالات-
- 8-1 الإتجاهات النظرية في علم الدلالة -
- 9-1 علاقة الدلالة بالرمز-
- 1-2 مفهوم الرمز-
- 2-2 نشأة الرمز-
- 3-2 أنواع الرموز-
- 4- نظريات علم الرمز-

الفصل الثالث : الصورة الإعلامية
وسيميائية الدلالة و الرمز

المبحث الأول: الصورة والصورة الإعلامية

- 6-1 مفهوم الصورة -
- 7-1 أنواع الصورة-
- 8-1 العناصر البنائية للصورة-
- 9-1 وظائف الصورة –
- 10-1 خصائص الصورة -
- 1-2 مفهوم الصورة الإعلامية-
- 2-2 أساليب تشكيل الصورة الإعلامية -
- 3-2 أهمية الصورة الإعلامية -
- 4-2 وظائف الصورة الإعلامية-
- 6-2 الصورة الإعلامية وصناعة الرأي العام –
- 7-2 الصورة الإعلامية والبيئة الرقمية –

تمهيد

تعتبر الصورة الإعلامية أحد أهم وسائل الإتصال في عصرنا الحالي حيث تحمل معاني و رسائل تؤثر على تفاعلاتنا و تصوراتنا للعالم من حولنا حيث علينا أن نسعى لفهم كيفية تشكيل الصورة للمعنى و التأثير على الجمهور و من خلال تحليل العناصر البصرية و الرموز المستخدمة في الصورة نكتشف طرق تحويل المعلومات أي الرسائل التي تنقل الفكر و التفاعل الإجتماعي في ظل سياق ثقافي وإجتماعي في تفسير الصورة الإعلامية و فهم رمزها بشكل واضح .

المبحث الأول: الصورة و الصورة الإعلامية

11-1 مفهوم الصورة :

لغة:

يفيد لفظ الصورة في اللغة العربية معاني عديدة منها التمثيل لشيء أو التدليل على حقيقة هذا الشيء أو وصف وتجسيد هذا الشيء¹ ، والصورة في اللغة العربية مأخوذة من مادة "ص" "و" "ر" وكلمة صورة تعني هيئة الفعل أو الأمر وصنّفه ، ومن معانيها ايضاً كما جاء في لسان العرب : "الصورة هي الشكل ، والجمع صور ، وصور ، وقد تصورته فتصور ، وتصورت الشيء : توهمت صورته ، فتصور إلي و التصاوير التماثيل²

وكلمة (image) إغريقية الأصل تعني ما يشبه وما ينتمي الى حقل التمثيل فهي تدل لغويا على شيء ظاهري وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وجاءت هذه الكلمة من فعل صور والمصور من أسماء الله الحسنى كما جاء في لسان العرب هو الذي صور جميع الموجودات ورتبها و أعطى لها كل شيء منها صور خاصة وهيئة مفردة يتميز بها على اختلافه أو كثرتها³

اصطلاحاً:

جاءت كلمة الصورة في معجم الإعلامي بأنها نسخة "copy" مستخرج من الوثيقة الأصلية أعدت في الوقت الذي أعدت فيه الوثيقة أو في وقت لاحق كما تعتبر الصورة شيئاً محسوساً متعدد المعاني تستطيع تقديم شخص أو حيوان أو أشياء مختلفة⁴ والصورة مضمون من حيث ما تتضمنه من رمز أو رموز أو ما تحويه من معان ومضامين إذن هناك في الصورة مضمون ظاهر ومضمون مستتر وكلاهما يكمل الآخر⁵.

كما يمكن اعتبار الصورة مادة اتصال تقيم العلاقة بين المرسل والمتلقي ، فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة الأشياء والمتلقي يقرأها انطلاقاً مما يسميه الباحث الفرنسي "جين ديفمون" بالتجربة الجمالية والمنتخيل الاجتماعي ، وذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط بل تحرك حواسه وأحاسيسه⁶

¹ - فايذة يخلّف: دور الصورة في التوظيف الدلالي الرسالة الإعلانية ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر 1996 ص 24

² أبي الفضل جمال الدين بن مكرم ابن منظور ، مرجع سابق ص 85

³ رضوان بلخيري: صورة المسلم في السينما الأمريكية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر 2010 ص 21

⁴ محمد حسين محمد عيسى : سينمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي ، مجلة العمارة والفنون العدد 10 ص 540

⁵ مها عبدالرحمن عبدالرزاق: المعالجات الرقمية و دورها في إدراك الصورة الفوتوغرافية، مجلة كلية التربية الأساسية ، المجلد 24 العدد

101، 2018 ص 390

⁶ - نصرالدين العياضي : جمالية الصورة، مجلة الإذاعة العربية العدد 02 شركة فنون للرسم والنشر والصحافة ، تونس 2003 ص 35

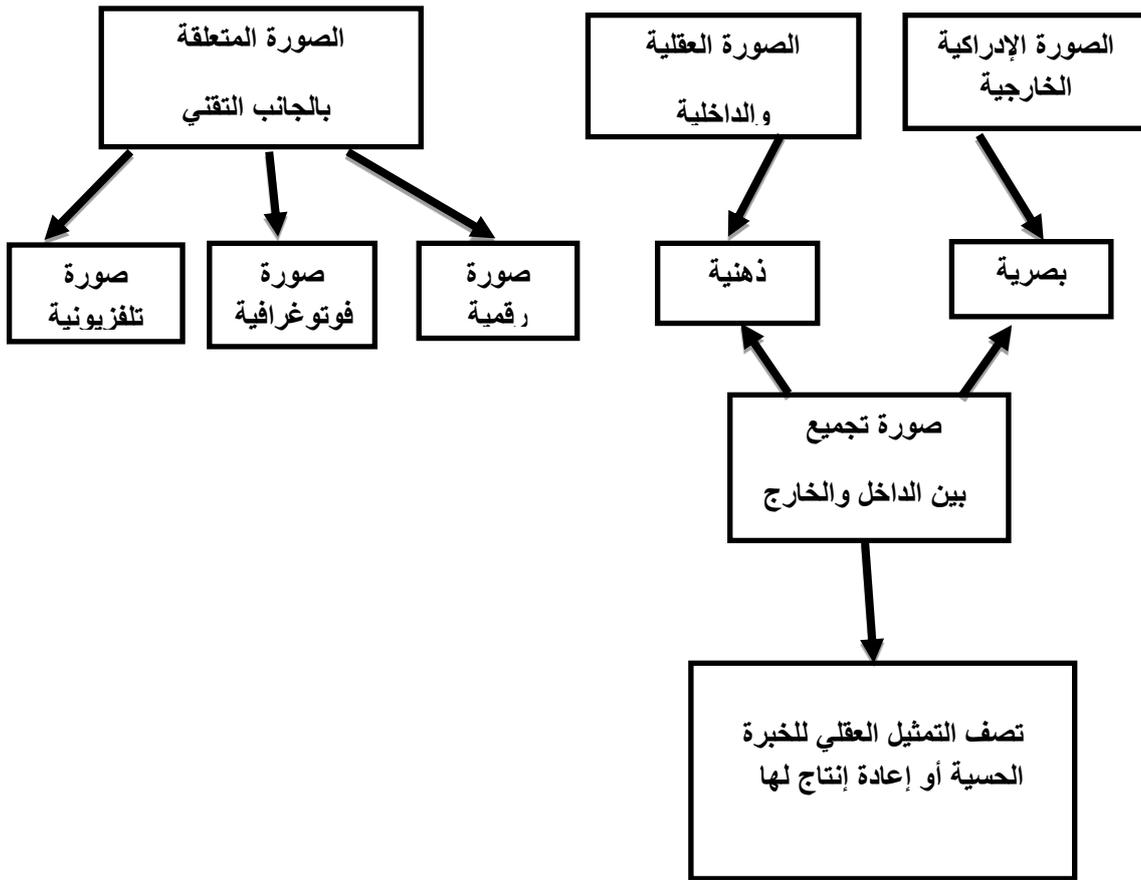
اجرائيا:

إذا الصورة تمثيل لموضوع ما أو شخص أو شيء أو حيوان وهي تدعيم للاتصال المرئي بواسطة أنواعها المتعددة (مرسومة ، منحوتة، فوتوغرافية...الخ) كما تكون ثابتة ومتحركة وذلك لتقديم معاني ومضامين مختلفة.

12-1 أنواع الصورة :

يجدر الإشارة الى ان موضوع انواع الصورة متعددة المشارب والرؤى تكتفي بالإشارة الى الصورة اي الصورة في ميدان الاعلام وهي تتنوع بين كونها صورة ثابتة او خطابا بصريا ، صورة فوتوغرافية ، وصورة كاريكاتورية ، والصور الحية النابضة بالحياة مرتبطة بحدث وتتجسد في صورة اما كانت خطابا بصريا او صورة سمعية بصرية¹ و من أهم أنواع الصورة هي الموضحة في الشكل رقم 01 :

انواع الصورة



(الشكل 01)

¹ بشير أبريل: الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سينمائية في تفاعل الإنسان و اللسانية و الأيقونية، ملتقى الدولي الخامس، السيمياء و النص الأدبي، جامعة عنابة ص 05

13-1 العناصر البنائية للصورة:

الصورة هي نظام اتصالي تتكامل معانيه ومضامينه بارتباطه باللغة اللفظية سواء كانت مكتوبة صمنا مع الصورة أو لغة الصورة نفسها ، والمعاني التي تتضمنها فان كل صورة تكون معبرة عن معنى محدد، حتى الصور الجمالية فهي تنقل المعاني والأحاسيس الجمالية التي رآها المصور في تلك اللقطة ونقلها بوجهة نظره، ويتكون هذا النظام الإتصالي من مجموعة من العناصر التي تجعل منه مؤثرا وهي :

• اللون:

يعد اللون من العناصر التبوغرافية المهمة والفعالة في تصميم الصورة نظرا لما يحتويه من معاني ودلالات ذات تأثير مباشر على المتلقي فضلا عن تأثيراته الفسيولوجية المؤثرة على بصر المتلقي ، ولقد اثبتت التجارب والاختبارات السيكلوجية التي اجريت على اشخاص وافراد يختلفون في ميولهم وثقافتهم بان هناك دلالات عامة للوان يكاد يشترك فيها الاغلبية العظمى ذوي الثقافة والبيئة والمناخ.¹

• النصوص الكتابية:

غالبا ما تزخر الصور بالعديد من الاسطر الكتابية التي تذكر البعض من تفاصيل ما تحمله الصورة ، كما ان العناوين تؤدي اغراض متعددة منها : مباطة الشعور وتنبيه الحواس جعله يحاق في خيال يتصل بالموضوع ، وايضا دفعه في النهاية الى استقراء باقي معنى الصورة.²

•-العلامات الأيقونية:

تشكل العلامات الأيقونية مكونا أساسيا من مكونات الصورة لا باعتبارها الآلية الوحيدة المساعدة على استنساخ الواقع وتقديمه فقط، بل لما تضمه كذلك من أبعاد الصورة هي أولا شيء ما يشبه شيئا آخر إيحائية عديدة ومتشعبة، غالبا ما تتجاوز نطاق التماثل المادي للموضوع المنقول لأن الصورة تريد دائما أن تقول أكثر مما تعرضه في الدرجة الأولى، أي على وللاقتراب أكثر من خصوصيات هذا المكون الهام.³

¹ نجاة قادر محمد علي الكواز: الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في تصاميم الملصق السينمائي ، مجلة كلية التربية الأساسية المجلد 21 العدد 92، 2015، ص 409.

² نصيف جاسم : العوامة و خطاها الإتصالي في تصاميم الملصق السينمائي الأكاديمية 46 ص 66.

³ أمينة رقيق : التقنيات البلاغية في الصورة الإشهارية الثابتة .

14-1 وظائف الصورة :

تتعدد وظائف الصورة الى وظائف كثيرة نذكر منها:

- وظيفة مستقلة: حيث توضح الصورة كأيقونة ، فما هي الا علامة مستقلة تشمل على 3 عناصر اساسية تتمثل في¹ :
 - رمز محسوس يكون داخل الاطار الذي يقوم المصور بتحديدده
 - معنى الموضوع وهو حسب اتجاه وتوجيه الموضوع
 - العلاقة بين العلامة والشيء المشار اليه وهي تكون داخل حدود اطار الصورة وتظهر وفقا لمدى قدرة المشاهد على فهمها واستيعابها

- وظيفة متصلة : استطاعت الصورة ان تفرض سلطتها على الواقع حيث صار يحاكيها بكل تفاصيلها ، بعدما كان العكس هو الاصل² ، حيث تمثل الصورة كعمل يحمل مكونات وعناصر بصرية كعلامة متصلة تنفرد بها كخاصيته مثلها مثل الرسم والادب والفنون والموسيقى فتوجد بين عناصرها من خط ولون وشكل وكتلة خلفية وامامية ودرج الوضوح ومقدرتها على توصيل المعلومات والتواصل وتبلور تلك القدرة حول قوة توصيل المعنى والذي يعتمد على ادراك المعاني ووجود محور لها كحدث او شخص او موضوع عاطفي او غيره³ .

15-1 خصائص الصورة :

للصورة عامة و في وسائل الإعلام مجموعة من الخصائص و المميزات التي تجعل أثرها واضح في إيصال المعنى ونذكر منها⁴ :

- الوضوح : يجب أن تكون الصورة واضحة الشكل، بكل جوانبها وأبعادها وتفصيلها، وهذا الوضوح يتناسب مع حجمها المعقول ودرجة أهميتها .
- التنوع: بمعنى أن تتنوع أحجام الصور الخبرية المصاحبة للمواد الخبرية والمساحات التي تحتلها على الصفحات، كما يمكن أن تتنوع من حيث كونها ملونة أو بالأبيض والأسود
- أن تكون بمنزلة الوثيقة الشاهدة على تأكيد صحة الخبر ووقوعه

¹ محمد حسين محمد عيسى : سينمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي ، مجلة العمارة والفنون العدد 10 ص 545 .

² بدرة كعسيس : دلالة الصورة في الكتاب المدرسي الجزائري نماذج من كتاب اللغة العربية للسنة الأولى من التعليم الابتدائي ، مجلة اللسانيات التطبيقية ، المجلد 05 العدد 09 ، 2019 ، ص 08 .

³ محمد حسين محمد عيسى : مرجع سابق ، ص 546 .

⁴ عثمان كباشي : الصورة في صحافة الانترنت ، 2016/03/27 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/04 ، متاح على الرابط

<https://institute.aljazeera.net>

كما نجد أيضا من سمات الصورة:¹

- الصورة كيان تمثيلي عن الواقع انطلاقا من علاقة الشبه القائمة بينها وبين الموضوع المصور.
- الصورة "مضللة"، فهي توهم بأنها تنقل الواقع في حين أنها غير ذلك.
- الصورة إذن هي علامة إيقونية مبنية على علاقة مشابهة نوعية بين الدال و المرجع أو بين الموضوع و ما يمثله، إنها الدليل الذي يقلد أو يسترجع بعض خصائص الموضوع الأصلي: الشكل، الأبعاد، الألوان، النسيج... وكل ما يستوعبه معنى الصورة المرئية.

1-2 مفهوم الصورة الإعلامية :

إصطلاحا :

إن مصطلح الصورة الإعلامية يرتبط أساسا بالصورة الذهنية حيث تسعى وسائل الإعلام لتكوينها و أول من أطلق هذا المصطلح كان والتر ليبمان حيث يصلح حسب لتفسير الكثير من عملية التأثير التي تعمل بها وسائل الإعلام و تستهدف بشكل رئيسي ذهن الإنسان و تعرف أيضا أنها الناتج النهائي للإنطباعات التي تتكون عند الأفراد و الجماعات إزاء شخص أو نظام أو شعب أو مؤسسة أو دولة، يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان و تتكون هذه الإنطباعات هنا مما ترسمه و تنقله وسائل الإعلام التي تربط هذه الصور بعواطف الأفراد و إتجاهاتهم و عقائدهم بغض النظر عن صحتها أو عدمها². كما تعرف أنها نقل مطابق للواقع المادي لشكل قائم أو متحرك بواسطة آلة تصوير أو يد رسام أو هما معا يظهر على سطح من ورق أو مادة ثلاثية من أجل العرض أو التسويق أو الاستشهاد أو الذكرى باستخدام الألوان أو الأبيض و الاسود³.

إجرائيا :

تعرف أنها الإنطباعات و الأفكار و المشاهد التي كونتها وسائل الإعلام لدى الجمهور بعد تعرضهم المستمر لوسائل الإعلام و قد تكون نقلت الواقع المادي كما هو أو إعتمدت على التزييف للإحداث أثر إيجابي أو سلبي تحددها هي حسب أهدافها.

¹ بولوداني سهام : الصورة والواقع؛ بحث في قدرة الصورة على نقل الواقع، المجلة الجزائرية للأبحاث و الدراسات، المجلد 03 العدد 09، 2014/09/01، ص 152.

² عبد القادر علال : الصورة الإعلامية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي العدد 3 مجلد 7، سبتمبر 2019، ص 49

³ حسين سعد سلمان : البدايات الأولى للصورة في الصحافة، مجلة الصحفي الرقمي، جامعة تكريت العراق، 2021، ص 02

2-2 أساليب تشكيل الصورة الإعلامية :

تعتمد وسائل الإعلام في تشكيلها للصورة الإعلامية الذهنية على مجموعة من الأساليب نذكر أهمها¹:

- انتقاء الأحداث والمعلومات:

إن توجيه القائمين على وسائل الإعلام للمعلومات هي إحدى الطرق المؤثرة في تكوين الصور في عقول الآخرين، حيث ينشر هؤلاء القائمين أو " حراس البوابة " مجموعة من المعلومات التي يغربلوها ثم يمررونها للنشر أو البث وفق ما يتناسب وأطروحاتهم وتوجهاتهم

- تلوين الحقائق وتحريفها:

وهي عملية تأتي مباشرة بعد انتقاء المؤسسة للأخبار التي تصب في مصلحتها ، حيث تخفي الجزء الذي لا يخدم مصلحتها وبرز وتبالغ في الجزء الذي يخدمها بل وحتى تحرفه من أجل أن يعرض ويفسر لمصلحة الوضع القائم.

- التركيز على أحداث معينة:

حيث تعتبر من أكثر الأساليب استعمالاً في الوسائل الإعلامية، حيث تسعى المؤسسات والمنظمات الإعلامية إلى إحداث التكرار في تقديم المحتويات الإعلامية، وذلك على اعتبار أنّ عملية التكرار تلعب دور في ترسيخ وتشكيل الصورة الذهنية بالنسبة للجمهور المستهدف.²

- شخصنة المواقف والأحداث:

حيث يقصد به الأسلوب الذي يعتمد على التركيز على اتجاه الإعلاميين المتلقين، بحيث تجعلهم قادرين على إنتاج العديد من الرسائل الإعلامية بالإضافة إلى ذلك فهي تلعب دور في نقل كافة الأحداث المتنوعة سواء كانت اقتصادية، سياسية وإعلامية.³

2-3 أهمية الصورة الإعلامية :

تلعب الصورة اليوم دوراً مهماً في المجال الإعلامي على العموم والصحافة المكتوبة بصفة خاصة، وذلك نظراً لدورها في تقريب الأخبار والمعلومات من ذهن القارئ وتحفيز خياله لاستيعاب حيثيات الأحداث وتصويرها. كما أن هناك بعض الأخبار التي يشوبها الغموض والشك، وبالتالي يتعين على الصحفي تدعيمها بالصور حتى تصل بصورة واضحة للمتلقي.

¹ عبد القادر علال : مرجع سابق ، ص 54 .

² لبنى مهدي : ما هي الأساليب المستخدمة في تشكيل الصورة الذهنية في الإعلام؟، 2020/12/06 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/18 ، متاح على

الرابط <https://e3arabi.com>

³ المرجع نفسه .

وهناك نوع من الاجماع بين القراء والمحررين والناشرين أن أي صحيفة مطبوعة بدون صور تكون غير قادرة على الاقناع وامتاع الناظر اليها وبذلك تفقد كثيرا من مؤهلاتها في الاتصال بالقارئ والتأثير فيه. وذلك لأن العمل الصحفي الحديث أصبح فنا بصريا يعتمد على الصورة والرسوم، وأصبحت الصورة الفوتوغرافية تشكل عاملا مهما بالنسبة للجريدة او المجلة،¹

فالصورة الصحفية تقف جنبا إلى جنب مع الحروف في نقل الرسالة الإعلامية من خلال صفحات الصحيفة إلى القراء، فإذا كانت الحروف تستمد أهميتها من أنها تحمل مضمون الرسالة الإعلامية، الذي يعد توصيله إلى القارئ هو الهدف الرئيسي من وراء إصدار الصحيفة فإن الصورة تسهم بلا شك بشكل فعال في توصيل ذلك المضمون بطريقة أفضل إذا أحسن اختيار الصورة الجيدة والمعبرة فالصورة لغة عالمية يفهمها الجميع والصورة عموما تكمل الروايات الخيرية وتستخدم في تصوير جوانبها، ولذلك فإن الصورة أصبحت الآن مادة أساسية من مواد الصحيفة وذلك ليس كعنصر إخباري فحسب بل أيضا كعنصر جمالي وأصبحت الصورة تعبر عن الأفكار والآراء كما تعبر عن الأخبار والأحداث، وأعني بذلك الصورة الفوتوغرافية والرسوم التي يخرج أغلبها للوجود كراي للصحيفة.²

4-2 وظائف الصورة الإعلامية :

للصورة الإعلامية مجموعة من الوظائف وهي³:

- الوظيفة السيكولوجية : ترتبط الصورة ارتباطا وثيقا بسيكولوجية الإنسان حيث يمكن شحن ذاكرة القراء والمشاهدين وتقويتها بإضافة صورة إلى النص الإعلامي .
- الوظيفة الإخبارية : إن الصورة الإعلامية هي انجح أداة التي تعبر عن المضمون و تحقق الهدف بشكل أسرع من التعبير الكتابي .
- الوظيفة الطوبوغرافية : حيث تشكل الصورة إلى جانب العناوين و نص السرد عنصرا مهما في بناء الصفحة في الصحف وهي أساس التلفزيون⁴ .

¹ أبو بكر الصديق جدو : أهمية الصورة الصحفية في الصحافة المكتوبة، دراسة في المفهوم والاهمية، مجلة طنبنة للدراسات العلمية الأكاديمية ، المجلد 05 العدد 02 ، 2022 ، ص 1637 .

² رفعت عارف الضبع : أهمية الصورة الصحفية ، 2022/11/19 ، لإسترجع بتاريخ 2024/02/18 ، متاح على الرابط <https://almerja.com>

³ أحمد موسى قريعي : فن الإعلان و الصورة الصحفية ، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر، القاهرة ، 2011 ، ص 211 .

⁴ عثمان كباشي : الصورة في صحافة الأنترنت ، 2016/03/27 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/04 ، متاح على الرابط

2-5 الصورة الإعلامية و صناعة الرأي العام :

لطالما كان للصورة الإعلامية تأثير بالغ في إيصال المعنى و تشكيل الصور الذهنية و عليه توجيه الحشود و صناعة رأي عام حول موقف أو قضية ما.

لقد أصبحت الصورة تخيف لأنها تفضح وتكشف، فهناك نسق قديم و متجذر ينم عن خوف أسطوري من الصورة، في تشكيلها لرأي عام لا يخدم مصالح الكثير من الدول العظمى، فحينما قررت أمريكا منع قناة الجزيرة أو العربية من تغطية الأحداث في العراق، فقد كانت بهذا تستدعي ذاكرة ثقافية قديمة ألا وهي الخوف من الصورة، فقد تهدم هذه الصورة رأياً عاماً صنعه الولايات المتحدة الأمريكية عن العراق و الترسنة النووية المزعومة قبل غزوه، كذلك ما فعلته إسرائيل في فلسطين خاصة في حربها على غزة، أو ما فعلته في اجتياحها لجنوب لبنان من تحطيم لكاميرات المصورين؛ نفس الشيء فعلته السلطات السورية مع الصورة الأمريكية "ريبي اوشليك" و المصورين الفرنسيين، و نفس الأمر فعلته الأجهزة الأمنية للعقيد القذافي مع مصور الجزيرة "علي حسن جابر" الذي اغتيل قرب بنغازي وهو يؤدي واجبه الإعلامي في نقل الصورة إلى الرأي العام العربي، إن كثيراً من الأنظمة اليوم، تخاف من ثقافة الصورة خوفاً كبيراً؛ لأنها قد تغير رأياً عاماً قد بذلت هذه السلطة جهوداً كبيرة لمحاولة صناعته و المحافظة عليه إلى حين، خاصة وأن الشعوب العربية بدأت تعود إلى هويتها و تسترجع وعيها بعد غيابها دامت عقوداً من الزمن تحت وطأة الدكتاتوريات المتعاقبة فبعدها كانت الصورة تكتسب طابعاً مقدساً في العصور القديمة) إذ كانت الصورة عنواناً للجمال (، تحولت في العصر الحديث إلى كابوس يخيف السلطة، و يجعلها تقرأ ألف حساب للصورة، خاصة في عصر الإعلام الجديد، لأن عدسة المصور تتمتع بخاصية العين الثالثة وهي الكاميرا التي يصطاد المصور من خلالها لحظات من الزمان ليوثقها فوق الشريط زماناً و مكاناً في تسجيل واقعي و تاريخي فيه الكثير من العبر و الدلائل في تلك اللحظة التي ستكون شاهداً على العديد من الأحداث التي نعيشها، وفي هذه الحالة يصعب على الذاكرة أن تعود بتفاصيل الأحداث كما تفعل عدسة المصور الذي يتمتع بخصائص متميزة قد تغير الرأي العام رأساً على عقب في لحظة الكشف عن هذه الصور في زمن غير الزمن الذي التقطت فيه و تكتسب الصورة معناها عندما يتم ربطها بسياق تاريخي و اجتماعي محدد تم التقاطها فيه، وعندما يتم ربطها بمنتجها المصور؛ هكذا كان هذا المعنى الحدائث الشائع للصورة منذ اختراع آلات التصوير الميكانيكية.¹

¹ خالد هدار و فضيلة هدار: تأثير الصورة الإعلامية على الرأي العام، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية، المجلد 11 العدد 02، جويلية 2022، ص 435.

2-6 الصورة الإعلامية و البيئة الرقمية :

إن قوة تأثير وسائل الاعلام على العقل البشري بخلقها لعوالم افتراضية لا يمكن تصورهما فمثلا يمكننا، إن كنا في غرفة الجلوس، أو في مكان العمل، أو في مكان عام، أن نرى العالم أمامنا وقد حملته جني يتحرك بضغط زر فيخرج من "قمقم" التلفزيون أو ينفلت من شبك الإنترنت. لكن هذا العالم الذي نراه ليس واقعيًا، بل ما ترغب وسائل الإعلام في تصويره لنا يبقى ثمة واقع خارج وسائل الإعلام، وحقائق أخفتها متعمدة تلك الوسائل، وبحثا عن ذلك الواقع وتلك الحقائق، لابد من التعرف على ماهية وسائل الإعلام وإنتاج المعلومة وتأثيرها على الفرد والمجتمع والرأي العام، فذلك يساعد على زيادة الخبرة في النظر إلى ما وراء الخبر والمعلومة، ومحاولة البحث عن المقاصد الخفية من خلال تدقيق المعلومة وقراءة الصورة، واكتساب مهارة في التحليل، ومن ثم الاقتراب من الواقع ومن الحقيقة إن وسائل الإعلام تعمل دائما وفق جدول أعمال، خطة تبذل ما في وسعها لتنفيذها، وقد تقتضي الخطط قلب الحقائق، أو تشويهها، فلو كانت وسائل الإعلام تنقل كل الحقائق بدقة ونزاهة وموضوعية، لما كانت هنالك أصلا وسائل الإعلام. إنها تفيد المتلقي (المستهلك) ويستعملها في كثير من أموره في الحياة اليومية، لكنها أيضا قد تستغله، وقد بدأ منذ السبعينيات من القرن الماضي الاهتمام بحقل دراسات "الثقافة البصرية" التي تهدف إلى تثقيف المتلقي بأهمية النظر في عملية الإدراك، وعلاقة الصور بالتاريخ الإنساني، والعلاقة بين الناظر والمنظور، وكيف يحلل المرء ما يراه من صور وأعمال فنية، وكيف يقيمها ليتمكن من تحليل وتقييم وسائل الإعلام، وكيف يستغل الصورة في إيصال رسالته يضاف إلى ذلك غاية أخرى لهذه المعرفة وهي أن الصورة لا تنقل إلى الواقع كله، وإن كانت كل الصورة تروي قصة، لكن المعرفة كفيلا بتتمة المعنى¹.

إن الصورة التي لطالما كان تأثيرها واضح و جلي إرتبط في عصر السرعة بالإننتشار السريع عبر الوسائط الإلكترونية حيث لا زامان و لا حدود تمنع وصول الصورة بشكل فوري و هو ما يؤثر على عمليات صناعة الراي العام و الدعاية وغيرها.

¹ سارة الصاوي: سلطة الصورة في وسائل الإعلام: مداخل تأسيسية، 2020/12/22، إسترجع بتاريخ 2024/02/19، متاح على الرابط

<https://eipss-eg.org>

المبحث الثاني : سيميولوجيا الدلالة و الرمز

10-1 مفهوم الدلالة :

لغة:

يعرفها ابن منظور (دل، يدل ودل على الشيء دالا ودلالة، سدده اليه)¹

كما تعرف انها :

تدل (دَلَّلَ) على ابانة الشيء بأمانة تتعلمها ثم اشتق من هذا الأصل كلمة دلالة فالدليل ما يستدلُّ به وقد دلَّه على الطريق يدُّله دلالة ودلالة، والفتح أعلى فالدلالة بمعناها اللغوي تعني الإرشاد الى الشيء والإبانة عليه.²

اصطلاحا:

تفيد كلمة دلالة اصطلاحا شيء او معنى يفيد لفظا أو رمزا ما منه دلالة الكلمة او الجملة يقول الجرجاني (الدلالة هي كون الشيء بحاله يلزم من العلم به العلم بشيء اخر، والشيء الأول هو الدال ، والشيء الثاني هو المدلول)³

وقد استقر في المفهوم اللغوي الحديث ان الدلالة : هي العلاقة بين الدال "اللفظ" والمدلول "المعنى" حيث ينظر اليها على اعتبار انه الحدث الذي يقترن فيه الدال بالمدلول⁴

إجرائيا : هي ذلك الشيء الذي يوصل لمعنى شي آخر أي هي الدال الذي يقودنا إلى المدلول الذي يكون ظاهرا أو ضامرا .

11-1 نشأة علم الدلالة :

إذا كانت اللسانيات تهتم بشكل الكلمات، فإن علم الدلالة (السيمانتيك) يهتم بجوهر هذه الكلمات ومضامينها، المباحث الدلالية قد أولت اهتماماً علاقة اللفظ بالمعنى، وارتبط هذا بفهم طبيعة المفردات والجمل من جهة وفهم طبيعة المعنى من جهة أخرى، فلقد درس الهنود مختلف الأصناف التي تشكل عالم الموجودات، وقسموا دلالات الكلمات إلى أربعة أقسام⁵:

١- قسم يدل على مدلول عام أو شامل مثل لفظ: رجل

¹ نجاة قادر محمد علي الكواز: مرجع سابق، ص 402.

² يوسف السيد العربي : الدلالة و علم الدلالة، شبكة الألوكة، 2016/12/28 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/06 ، متاح على الرابط <http://www.alukah.net>

³ نجاة قادر محمد علي الكواز: المرجع السابق ص 402

⁴ يوسف السيد العربي : المرجع السابق .

⁵ منقور عبد الجليل : علم الدلالة أصولها ومباحثها في التراث العربي ، منشورات كتاب إتحاد العرب ، دمشق ، 2001 ، ص 17

٢- قسم يدل على كيفية مثل كلمة :طويل

٣- قسم يدل على حدث مثل الفعل :جاء

٤- قسم يدل على ذات مثل الاسم :محمد

إن دراسة المعنى في اللغة بدأ منذ أن حصل للإنسان وعي لغوي، فلقد كان هذا مع علماء اللغة الهنود، كما كان لليونان أثرهم البين في بلورة علم الدلالة حتى غدا لكل رأي أنصاره من المفكرين فتأسست بناء على ذلك مدارس أرسى قواعد هامة في مجال دراسة اللغة كمدرسة الرواقيين ومدرسة الاسكندرانية ثم كان لعلماء الرومان جهد معتبر في الدراسات اللغوية خاصة ما تعلق منها بالنحو، وبلغت العلوم اللغوية من النضج مبلغاً كبيراً والتي احتدم فيها في العصر الوسيط مع المدرسة السكولائية الصراع حول طبيعة العلاقة بين الكلمات ومدلولاتها، وانقسم المفكرون في هذه المدرسة إلى قائل بعرفية العلاقة بين الألفاظ ودلالاتها وقائل بذاتية العلاقة. وبقي الاهتمام بالمباحث الدلالية يزداد عبر مراحل التاريخ¹.

ليتطور علم الدلالة مع ظهور علم اللسانيات خصوصاً مع الفلاسفة الفرنسيين أمثال برييل و ديسوسير وغيره أما عند العرب فقد إرتبط علم الدلالة بالفقه و القرآن الكريم الذي كان له أثر بالغ في تأسيس هذا العلم كما كان للشعر فاللغة العربية أساس في الحاجة لعلم الدلالة .

12-1 أنواع الدلالات :

عرفت الدلالة بانها كون الشيء بحالة يلزم العلم به العلم بشيء اخر والاول الدال والثاني المدلول ، اذ يمكن القول ان العلاقة بين الدال والمدلول هي تلك الدلالة التي ترتبط بينهما ، فقد استقر في المفهوم اللغوي الحديث ان الدلالة هي العلاقة بين الدال والمدلول ، حيث ينظر اليها على اعتبار انها : الحدث الذي يقترن فيه الدال بالمدلول وقد قسمت الدلالة الى ثلاث انواع هي :

- الدلالة العقلية : هي ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة ذاتية تنقله من احدهما الى الاخر والقصد بالعلاقة الذاتية التزام تحقق الدال في امر ما تحقق المدلول في نفس الامر كدلالة الدخان على النار وكذلك بصمة الايهام ، وضوح الصباح اثر طلوع الشمس².
- الدلالة الطبيعية : وتعني ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة طبيعية تنقله من احدهما الى الاخر والمقصود بالعلاقة الطبيعية احداث طبيعية من الطبائع كدلالة احمرار الوجه على الخجل ، وحركة النبض على وجود الحياة ، والصور الفوتوغرافية³.

¹ منقول عبد الجليل : المرجع السابق ، ص 18 .

² نجاة قادر محمد علي الكواز : مرجع سابق ص 404

³ المرجع نفسه ، ص 405

- الدلالات الوصفية: هي ان يكون بين الدال والمدلول علاقة الوضع اي انها دلالة اتفاقية متعارف عليها بمعنائه جعل الشيء ازاء شيء اخر ، اذا فهم الاول فهم الثاني ، مثل اشارات المرور، ودلالة اللون الاخضر الى الشجرة.¹

13-1 الإتجاهات النظرية في علم الدلالة :

عن الإسهامات الكبير التي قام بها العلماء و الباحثين في مجال علم الدلالة كان له الأثر الواضح في تأسيس بعض النظريات التي تفسر و تدرس هذا العلم ولعل من أبرز هذه الإتجاهات النظرية و النظريات هي ما يلي:²

- النظرية الإشارية : تعتبر من أول النظريات التي وضعت في هذا العلم و هي للعالمي اوجدن و ريتشاردز و أقيمت هذه النظرية على أفكار ديسوسير حول الكلمة و المعنى و ترتبط إرتباطا وثيقا بالدال و المدلول و تعتمد هذه النظرية على فكرة المحتوى الذهني و الدال و المدلول مما أعطى للغويين مساحة جديدة في التفكير
- النظرية التصورية : تعود إلى جون لوك و سماها النظرية العقلية إذ قال أن على الكلمة أن تشير للفكرة العقلية و على الفكرة العقلية أن تشير مباشرة للكلمة أي أن هذه الكلمة هي معنى الفكرة .
- النظرية التحليلية: تهتم هذه النظرية بتحليل الكلمات إلى مكونات وعناصر، وقد قدم كاتزو فورد "تحليلاً مميزاً للكلمات ودلالاتها وأحصيا في ذلك ثلاثة عناصر اتخذت كمفاتيح للتحليل وتحديد المؤلفات التي تشكل الكلمة وذلك لتعيين دلالتها وهذه العناصر هي: المحدد النحوي والمحدد الدلالي والمميز وأهمية هذه النظرية تكمن في طابعها الوظيفي إذ تستخدم في كثير من مجالات اللغة كالمجاز والترادف والمشارك اللفظي.³
- النظرية السياقية : إن نظام اللغة نظام متشابك العلاقات بين وحداته، ومفتوح دوماً على التجديد والتغيير في بنياته المعجمية والتركيبية، حتى غدا تحديد دلالة الكلمة يحتاج إلى تحديد

¹ يوسف السيد العربي : مرجع سابق .

² ياسين بغورة : النظريات الدلالية الحديثة -مطارحات نظرية-، مجلة تنوير، العدد08، 2018، ص 108 ص 109.

³ حسن الهاشمي : نظريات علم الدلالة الحديثة (النظرية التحليلية) ،19/08/2017، إسترجع بتاريخ 2024/02/07، متاح على الرابط

. <https://almerja.com>

مجموع السياقات التي ترد فيها، وهذا ما نادى به النظرية السياقية التي نفت عن الصيغة اللغوية دلالتها المعجمية، يقول مارتيني: "خارج السياق لا تتوفر الكلمة على المعنى"¹.

- النظرية التوليدية هي من أشهر النظريات اللغوية حالياً، ويعد (نوام تشومسكي) رائد هذه النظرية، وبالرغم من أن تشومسكي عاد بالبحث الدلالي إلى الطابع العقلاني الذهني إلا أن نظريته استطاعت أن تقدم تفسيرات علمية لظواهر لغوية تخص الدلالة، وتستند هذه النظرية على آلية توليد جمل صحيحة اعتماداً على كفاية المتكلم (الكاتب) اللغوي ويعني ذلك توفر قواعد تنظيمية ذهنية في عقل متكلم اللغة تتيح له ما شاء من الجمل، وقد والنظرية التوليدية "تتخذ شكل قاعدة "إعادة كتابة" أي أنها تعيد كتابة (رمز يشير إلى عنصر معين من عناصر الكلام برمز آخر أو بعدة رموز"²

14-1 علاقة الدلالة بالرمز:

تشير الدلالة إلى معنى أو تفسير علامة أو رمز، في حين أن الرمز هو كائن أو إجراء أو حدث يمثل معنى أو مفهوماً أعمق. بمعنى آخر، الرمز هو التمثيل الملموس لفكرة مجردة، والدلالة هي فهم أو تفسير ذلك الرمز. العلاقة بين الدلالة والرمز هي أن الرمز يستخدم لنقل دلالة معينة، والدلالة هي المعنى الذي يسند للرمز. كلاهما ضروري في التواصل ونقل المعنى من خلال استخدام الرموز³.

فالرموز تتسم بالوضوح ومن يستخدمها لا يحتاج كثيراً إلى الشرح والتفسير، بل وبكل بساطة يعبر عن مراميه وأفكاره كما يشعر بها، وكأن من يتلقاها يشعر بأن المعاني تضيء وتومض في عقل مرسلها وفي روحه بوضوح وبيان فالرموز تسمح بتحويل الأفكار وتحقيق التواصل الذهني بإخلاص لا تعرفه الكلمات وتنأى عنه الجمل والتركيبات اللغوية. وهنا يمكن للرموز أن تلعب دوراً اتصالياً خالصاً دون تصنع أو توهم، فالكلمات قد تخدع دالة الفهم، وتحرف الرسالة عن دلالتها، ومن أجل أن نفهم من خلالها فإننا غالباً ما نحتاج إلى عدد كبير منها لنفهم أمراً واحداً كالدلالة التي تتجلى في ابتسامة واحدة أو نظرة أو إحساس. وعلى خلاف الكلمات يكون التواصل مباشراً وسريعاً وفعالاً مع الرموز حيث تناسب الصور في أعماقنا فتعمل فينا لتولد فيضاً هائلاً من المعاني والدلالات التي تمتاز بالصدق والعفوية والمباشرة⁴.

¹ منقول عبد الجليل: مرجع سابق ص 90 .

² المرجع نفسه : ص 100

³ وجيز بوت: ماهي العلاقة بين الدلالة و الرمز، 2023/12/20 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/14 ، متاح على الرابط <https://www.ejaba.com>

⁴ علي أسعد وطفة : في الحقل الدلالي للرمز ، 2021/02/15 ، استرجع بتاريخ 2024/02/14 ، متاح على الرابط <https://tanwair.com> .

1-2 مفهوم الرمز:

لغة : رَمَز (جمع رُموز) مصدر رَمَزَ / رَمَزَب.

علامة تدل على معنى له وجود قائم بذاته، فتمثِّله وتحل محله، وقد يُستخدم الرَّمز بقصد الإيجاز، كما في الرُّموز الكيماوية والحسابية والهندسية والفيزيائية : يقوم الرَّمز الكتابي مقامَ الصَّوت المنطوق- الحماسة رمز السَّلام - رَمَز السُّلطة/ الجودة - رموز سرِّيَّة¹.

إصطلاحاً :

يشير سعيد بن كراد إلى أنه من الصعب تحديد تعريف خاص بالرمز لأنه لا يحمل خصائصه في ذاته، فهو يمكن أن يكون شيئاً مخصوصاً ويمكن أن تتوسع دائرته ليشمل النشاط الإنساني برمته، ولكن بالإمكان دراسته من زاوية مراعاة المجالات المتنوعة التي تعاملت مع الرمز وحاولت من خلاله تفسير موضوعها وفهم حدوده.²

تعرض مصطلح الرمز الى كثير من الاضطراب والتضارب، لاختلاف زوايا النظر إليه أن الإنسان حيوان رمزي في لغاته وأساطيره ودياناته وعلومه وفنونه يرى كاسيريه وهذا التعريف يحدد الرمز- في مستواه العام- بمعنى الإشارة. ويحدده ارسطو على). المستوى اللغوي قائلاً: " الكلمات المنطوقة رموز لحالات النفس، والكلمات المكتوبة رموز للكلمات المنطوقة " ويذهب فرويد في المفهوم النفسي للرمز الى انه نتاج الخيال اللاشعوري، وأوّلِي يشبه صور التراث والاساطير ويعرفه- كارل يونغ- على نحو التي تعبر عن شيء معلوم جيد، يقارب تعريف الرمز الادبي ، مفرقا اياه عن الإشارة محدد في وضوح، بخلاف الرمز الذي هو " افضل طريقة للافضاء بما لا يمكن التعبير عنه، وهو معين لا ينضب للإحياء دل التناقض كذلك.³

إجرائياً :

الرمز هو العلامة أو الشيء الذي يدل على معنى أو يوجه في شكله لشيء يرتبط في ذهن الناس بشئٍ آخر.

¹ معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي: معنى الرمز، متاح على الرابط <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar> /الرمز .

² بن عياش رباب : مداخل في الرمزية عند السيميائيين ، المجلد 03: العدد 20 : 2018/12/20 ، ص 99 .

³ إبراهيم رماني : الرمز في الشعر العربي الحديث ، المجلد 02 العدد 01 ، 1986/06/01 ، ص 31 .

2-2 نشأة الرمزية :

إن ظهور الإتجاه الرمزي في النظر للأمور و تحليلها جاء كرد فعل على الإتجاه العقلي الميكانيكي الذي يرفض تفسير الاشياء من خلال الحواس و يكتفي بالعقل و التجربة ، حيث يعتمد المذهب الرمزي في أصله الفلسفي النابع من "مثالية أفلاطون" ، و ممثلو الرمزية يتجهون إلى أن هذه الحركة كانت في نشأتها تأثرت بالحركة الدينية و الأسطورية في ذلك الزمن ، ولا يخلو الأدب الرمزي من محاكاة و مقدّمة فلسفية ترصد دوافعه ، وهناك العديد من الفلاسفة الذين كتبوا و نادوا بالرمزية ، وأحد أهمّ زعمائها بودليور و رامبو وكانط الذي يعدّ المؤثّر الرئيس في الدعوة إليها ، وهربرت سبنسر الإنجليزي الذي أسّس الفلسفة التطورية كما ورد في كتاب العلمانية للدكتور سَفَر بن عبد الرحمن الحوالي¹.

وعند الاستناد إلى أنّ الرمزيين يتبعون مثالية أفلاطون ، فتصبح الرمزية حينئذٍ تُنكر الأشياء ووجودها الخارجي المحسوس ، وأنها في الحقيقة رمزاً للحقيقة المثالية البعيدة عن هذا العالم المحسوس ، وقد برز المذهب الرمزي كرد على تلك النزعة المادية و سيطرتها الجبرية للحياة ، وفي حين أنّ المثالية تنكر قدرة العلم على إدراك الحقيقة ، فالعلم يقف عاجزاً عن تفسير بعض الحقائق والوصول إليها يرى العديد من مؤيدي المذهب الرمزي أنّ هذه اللغة لا قيمة لها في اللفظ إلا ما تثيره هذه الألفاظ من صور ذهنية تُلقّيت من الخارج ، وبناء على هذا الأساس الواضح تصبح اللغة وسيلة للإيحاءات ، كما يتفقون على أن الأدب دائماً ما يسعى إلى نشر هذه الصور الفنية و نقل خيالات الكاتب إلى القارئ².

2-3 أنواع الرمز :

ينقسم الرمز إلى مجموعة من الأنواع التي تختلف تقسيماتها حسب تواجد الرمز في الشعر العربي في الأدب في السيميولوجيا لكن التقسيم الأبرز نجد فيه ما يلي من الأنواع³:

- الرمز الطبيعي : لطالما كانت الطبيعة مصدراً للرموز التي يتم إستخدامها و إعادة توظيفها في إيصال المعنى و التدليل على الصورة الرمزية .
- الرمز التاريخي : يعتبر من أقوى الرموز حيث يتم إستخدامه في كل من يعبر عن الإنتصار أو الإنكسار و كل ما يعرفه الإنسان اليوم من معارف و علوم و غيرها هي تاريخ و تراث إنساني .

¹ انس ابو حمدة : نشأة المذهب الرمزي ، 2019/06/23 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/14 ، متاح على الرابط <https://sotor.com> .

² المرجع نفسه .

³ يوسف سوهيلة: الرمز و دلالاته في القصيدة العربية المعاصرة-قراءة في الشكل-خليل حاوي ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة و الأدب العربي ، جامعة سيدي بلعباس ، 2017-2018 ، ص 86 ص 108 .

- الرمز الديني : تنبع قوة الرمز الديني أن الفكر الإنساني لطالما كان يحتاج للإيمان بالقوة الخارقة التي خلقت كل شئ كما يجد إجابات فلسفية عن أسباب الوجود و من هنا يتم توظيف الرمز الديني للتعبير عن هذا الصراع.¹
- الرمز الأسطوري : ويقصد به اتخاذ أحداث أو شخصيات مأخوذة من قصص شعبية، تروي بعض الأحداث غير الطبيعية، أو تتحدث عن أعمال أبطال خياليين، مثل استخدام السندباد الذي يرمز للمغامرة والشخص كثير التنقل والسفر، وشهريار رمزاً للرجل المتعنت الراض للمرأة، وشهزاد رمزاً للمرأة الذكية، وطروادة رمزاً للخداع والمكر²
- الرمز الصوفي : ترتكز العقيدة الصوفية على فكرة وحدة الوجود، وأن العالم والله ليسا شيئين منفصلين، وقد استخدم الصوفي الرمزية في تسمية هذا المسلك "طريقاً"، وسمى نفسه "سالماً"، وسمى المسافات التي يقطعها، ويقف عندها للاستجمام "مقامات"، وسمى الغرض الذي يقصده من سلوكه اتحاد نفسه مع الحقيقة، وبعبارة أخرى اتحاد ذاته مع الله "الفناء في الحق"، وقد رسم الصوفيون خُرطاً لهذا الطريق، وتعددت خُرطهم بتعدد أنظارتهم، وفي كل من المقامات يقف السالك فيشعر بمشاعر نفسية خاصة أطلقوا عليها "الأحوال"³

4-2 نظريات علم الرمز:

منذ أن تم التأسيس للرمز كعلم قائم بذاته والنظريات التي تفسره و تحلل معناه كثيرة و تتجدد لكن أبرزها و المتعارف عليها هي ما سنذكره في هذا العنصر:

- الرمزية الدلالية:
- يمكن للرمزية أن تتمثل في الطابع الدلالي للرمز، وهو اغتناؤه عبر التاريخ بمعان عديدة، منها المعنى التماثلي: فالميزان الذي يزين قصر العدالة هو رمز للعدالة، وهنالك المعنى السيميائي: وذلك في استعمالنا للرمز في مجال المنطق والرياضيات كما أن هنالك مستوى آخر للرمز هو المستوى البلاغي المجازي الذي يستدعي التأويل، وهكذا فإن للرمز دلالاته المتعددة التي حاول كاسيرر أن يبين بعض جوانبها "فالرمز عند آخرين كلمة محصورة في شيء ما يعبر بطريقة مواربة وبلاغية عن شيء لا يمكن التعبير عنه بطريقة حرفية مباشرة، ولذلك فإن هنالك رموزاً في الشعر لكن ليس في الكتابات

¹ رلى يوسف صبحي عصفور: الرمز في الشعر الفلسطيني المعاصر، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة والأدب العربي، الجامعة الأردنية، 2013، ص 26

² غيداء التميمي: مفهوم الرمز في الأدب، 2021/10/01، إسترجع بتاريخ 2024/02/15، متاح على الرابط <https://mawdoo3.com>

³

العلمية" وعند آخرين غيرهم نجدها تستعمل للإشارة إلى أي شيء أو فعل أو حدث أو صفة أو علاقة تستخدم ناقلا لتصوّر أو مفهوم فالتصور يصبح هو معنى الرمز وبهذا المفهوم يكون للرمزية منظومة خاصة تسير وفقها، تختلف عن العلامة فهي تتميز بالانفتاح، عوضا عن انكفاءها على ذاتها.. إن هذا التفجير هو الإبلاغ يراها بول ريكور "تقوم بتفجير اللغة على والإبلاغ هو الكشف".¹

● الاتجاه التفاعلي الرمزي :

تتمحور فكرة الاتجاه التفاعلي الرمزي على ان الحياة الاجتماعية التي نعيشها ما هي حصيلة التفاعلات بين البشر والمؤسسات وبقية الكائنات الحية والميتة وهذه التفاعلات تكون ناجمة عن الرموز التي كونها الافراد نحو الاخرين بعد التفاعل معهم .والتفاعلية الرمزية هي مدرسة اجتماعية امريكية تحاول الربط بين الحياة الداخلية للفرد (الذات والعقل) وبين المجتمع وما ينطوي عليه من نظام قيمي واحكام قيمية واخلاقية يمكن اصدارها على الفرد الذي يكون مصدر عملية التفاعل مع الاخرين ، ان اهتمامات التفاعلية الرمزية تنصب على حقيقة ان الفرد يقيم ويُقيم من الاخرين بعد تفاعله معهم فعند الانتهاء من عملية التفاعل يكون التقييم بشكل رمز يمنح لكل فرد تم معه التفاعل والرمز سواء كان ايجابيا او سلبيا هو الذي يحدد طبيعة التفاعل المستقبلي مع ذلك الشخص او الشيء ظهر الاتجاه التفاعلي الرمزي في بداية الثلاثينات من القرن العشرين على يد العالم جورج هربرت ميد وهربرت بلومر وفيكتور تيرنر.²

¹ بن عياش رباب :مداخل الرمزية عند السيميائيين ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ، المجلد 02 العدد 08 ، ديسمبر 2018 ، ص 99 .

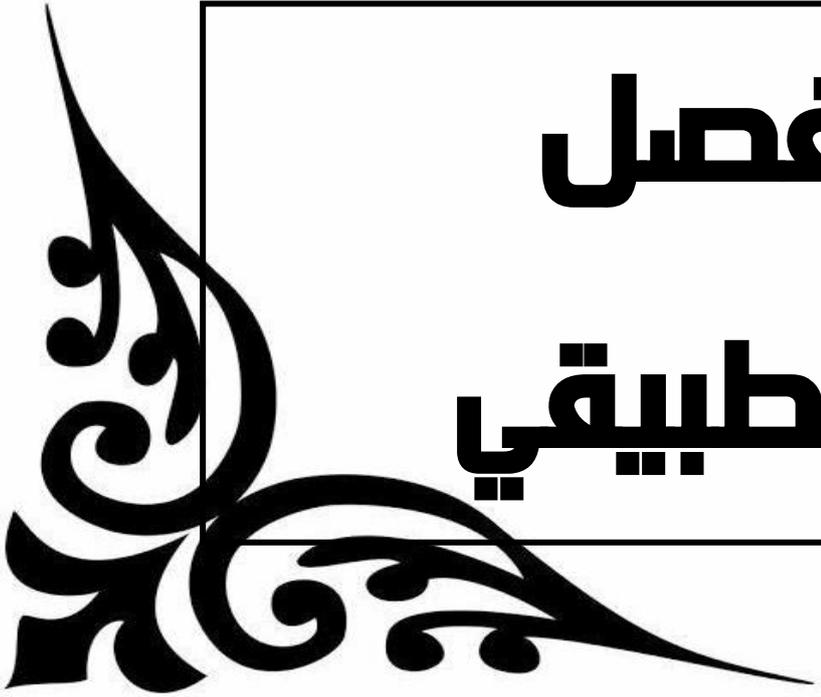
² بلال الذنبيات : نشأة التفاعلية الرمزية ، 2023/08/16 ، إسترجع بتاريخ 2024/02/18 ، متاح على الرابط <https://mawdoo3.com>

خاتمة

في ختام هذا الفصل ندرك أهمية الصورة الإعلامية كوسيلة قوية لنقل الرسائل و تشكيل الآراء و التصورات لدى الجمهور من خلال فهم سيميولوجيا الدلالة و الرمز و ندرك كيف أن الصورة ليست مجرد تمثيل للواقع بل هي بناء معنوي مشحون بالرموز و الرموز المرتبطة بالثقافة و السياق الاجتماعي لذا يتطلب منا قراءة ما بين السطور لفك الرموز بشكل صحيح و فهم المعاني الحقيقية التي تحملها و الفهم الصحيح للصورة الاعلامية يساهم في تشكيل تفاعلاتنا و تصوراتنا بشكل أفضل و بالتالي يعزز الوعي الثقافي و الاجتماعي لدى المجتمع بشكل عام .

الفصل

التطبيقي



تمهيد:

تطرقنا في الفصول السابقة إلى البروباغندا و الدعاية و غيرها من المفاهيم النظرية لكننا نبحث بالتحديد عن ما وراء الرموز السياسية و الثقافية في بروباغندا الكيان الصهيوني عبر الصور الإعلامية على منصة X و ذلك لعينة من الصور الإعلامية على صفحة إسرائيل بالعربية لذا وقع إختيارنا على منهج التحليل السيميولوجي بمقاربة مارتن جولي في تحليل مجموعة الصور الإعلامية لنصل أخيرا إلى نتائج هذه الدراسة العامة و الجزئية .

بطاقة فنية حول منصة X :

هي منصة تويتر سابقا (TWITTER) و هو موقع تواصل إجتماعي تأسس سنة 2006 في سان فرانسيسكو كاليفورنيا يعتبر جاك دورسي و إيفان ويليامز و غلاسر و بيز مؤسسها تهدف إلى تمكين الافراد من التواصل والتعبير عن رأيهم توفر ميزة التغريد بالأخبار و المعلومات بشكل قصير و مباشر في حد كان يبلغ 160 حرف سابقا و قام الأمريكي إيلون ماسك بشراء الموقع تويتر رسميا في أكتوبر 2022 في صفقة قدرت ب 44 مليار دولار و غير شعار العصفور الأزرق إلى حرف X بالأبيض و الأسود كما زاد عدد أحرف التغريدة ليصل إلى 280 حرف و أدخل فكرة التوثيق و الخدمات المتقدمة مقابل الإشتراك و يقول إيلون ماسك أن منصته تحتضن كافة الآراء و الافكار بعيدا عن حظر المحتويات لجهة دون غيرها و يقدر عدد المستخدمين النشطين للمنصة ب 330 مليون مستخدم نشط

بطاقة فنية حول صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X :

هو حساب على منصة X تم إنشاؤه في جانفي 2011 يضم 528 ألف متابع محتواه باللغة العربية و هو الحساب الرسمي لدولة الكيان الصهيوني موثق على المنصة و هو امتداد للحسابات الأخرى على باقي مواقع التواصل الاجتماعي موجه للجمهور العربي و تعتبر الحسابات الناطقة بالعربية هي الأكثر تفاعلا من الحسابات باللغات الأخرى

الكاريكاتير رقم 01



أولا: الوصف

يظهر هذا الكاريكاتير على أقصى اليمين موجة عملاقة تغطي الجانب الايمن للصورة باللون الأزرق وفي نهايتها زيد البحر باللون الابيض رسمت عليه نجمة سداسية كبيرة زرقاء ، و يظهر رجلين تحت الموجة في وضعية هروب منها يرتديان لباس عسكري للقتال بين اللون الاسود و الرمادي القاتم و بنادق تطير من أيديهم أما في الجانب الايسر للصورة يظهر أيضا رجل بنفس الملابس و سلاحه وراء ظهره ملامحه في حالة دهشة يقف أمام صنبور ماء كبير يمتد منه أنبوب يصل للموجة و كأنه مصدرها ، و يرتدي رجلين من 03 أوشحة مخططة بيضاء و سوداء و في خلفية الصورة على اليسار نرى ركام مباني رمادية اللون و يعلو الصورة اللون الأسود في السماء .

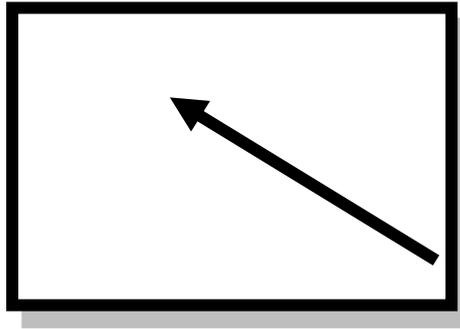
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر أكتوبر 2023

الإطار: 672×1082 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظرو إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من زاوية اليمين ، حيث يبدو للمتلقي الجانب الأيمن أولاً للتركيز على حجم الموجة العالي بالنسبة للعناصر الأخرى الموجودة فيه



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
تمثل هنا الغضب و إرتداد الفعل على أصحابه حسب الرسالة اللسانية الموجودة والتي تعبر عليها الموجة التي تحاول إغراق الرجال في الصورة	القوة - الغضب - العواطف - التغيير.	شكل طبيعي (موجة)
يرمز هنا إلى ما يعرف بدولة إسرائيل و علمها حيث يوجد أعلى الموجة في دلالة على القوة و الثأر و الاستعلاء	الديانة اليهودية - نجمة داوود - رمز في علم الكيان الصهيوني	شكل هندسي (نجمة سداسية)
تم توظيفه هنا بملامح حادة و بشعة ترمز للشر و تشبه قطاع الطرق و تظهر عليهم ملامح الخوف و الدهشة و الهروب في إشارة للضعف	القوة - السلطة - الحماية- الشجاعة - الشهامة	شكل بشري (03 رجال)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كما يلي:

الرسالة الاولى: طوفان الأقصى يغرق غزة

الرسالة الثانية : توقيع صاحب الكاريكاتير NIMI

الأشكال والألوان في الكاريكاتير:

- خطوط منحنية وتموجات في الموجة والمباني المدمرة

- النجمة السداسية التي توجد أعلى الموجة

- أسطوانات في الأنابيب والصنبور

الألوان:

- اللون الأبيض في أعلى الموجة والصنبور وشاحي الرجلين وفي الإضاءة خلف الرجال

- اللون الأزرق في الموجة والنجمة السداسية

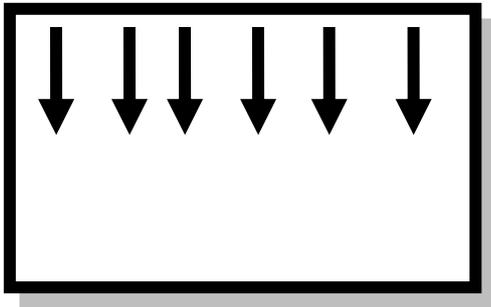
- اللون الرمادي القاتم والفاتح في ملابس الرجال وفي ركام المباني وأرضية الصورة

- اللون الاسود في ملابس الرجال وسماء الصورة وأنابيب الماء

- اللون الأخضر في أربطة رأس الرجال وفي اللافتة التي كتب عليها غزة

- اللون الأحمر في الرسالة اللسانية طوفان الأقصى يغرق غزة

الإضاءة : تأتي الإضاءة من الخلف مما يجعلنا نرى ظل الرجال في الأرض امامهم كما يجعل المتلقي يركز على العناصر المضاءة تحديدا .





التركيب وإخراج الصورة :

- 1- الموجة
- 2- النجمة السداسية
- 3- الرجلين
- 4- الرجل أمام الصنبور
- 5- الصنبور
- 6- أنبوب الماء في الأرض
- 7- الحطام في الخلف على اليسار
- 8- الرسالة اللسانية
- 9- لافتة غزة

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر أكتوبر 2023 تحديدا بعد 07 أكتوبر وهو تاريخ حدوث معركة طوفان الأقصى التي نفذتها المقاومة الفلسطينية فوق الأراضي الفلسطينية المحتلة خارج غلاف غزة لما إعتبرته تزايد غير مسبوق في الإنتهاكات التي كانت تطلال المقدسات الإسلامية ممثلة في الأقصى الشريف حسب المتحد الرسمي باسم كتائب عز الدين القسام الجناح العسكري لحركة حماس السياسية أبو عبيدة ، حيث تعتبر هذه العملية هي الأكبر في تاريخ المقاومة الفلسطينية تم فيها أسر 250 أسيرا إسرائيليا و قتل 1200 آخرين في نفس اليوم فبدأت بعدها سلطات الكيان الصهيوني حملة عدوان و قصف جائر على المدنيين في قطاع غزة وهذا ما يحاول الكاريكاتير تبريره من خلال الموجة العالية التي تحمل أعلاها نجمة العلم الإسرائيلي أي أن طوفان الأقصى ممثلا في الموجة إرتد على القطاع ليغرقه بسبب العملية التي قامت بها فصائل المقاومة وهذا ايضا تحمله الرسالة اللسانية في معناها طوفان الأقصى يغرق غزة والتي جاءت باللون الأحمر دليل على الحرب و الدم و الثأر و كانت النجمة السداسية تعلو الموجة في دليل على

القوة و الغضب الإسرائيلي الذي إرتد لتدمير القطاع و وجود رجال يلبسون لباس القتال بملاح حادة يمثلون رجال المقاومة الذين تحاول إسرائيل رسمهم في شكل مخيف كإرهاب و قطاع طرق حاملين أسلحة و حول رقبتهم الكوفية الفلسطينية التي لطالما إرتبطت بالمقاومة و التراث الفلسطيني فرسمهم الكاريكاتير تحت الموجة في حالة فرار في محاولة لتقزيمهم كما أن لأنبوب الماء الممتد من أمام أحد رجال المقاومة للموجة دلالة على تحميل المقاومة مسؤولية دمار القطاع و أنهم من بدؤوا هذا الهجوم الذي إرتد عليهم من الكيان الصهيوني و قد ظهرت الخلفية سوداء قاتمة ورمادية في شكل ركام مباني بعد القصف و لافته أمامها كتب عليها غزة باللون الاخضر و هو ما يدور في نفس سياق الكاريكاتير تحميل المقاومة دمار غزة التي أصبحت سماؤها سوداء جراء هذا الطوفان .

بالإعتماد على المستوى التعييني و التضميني لهذا الكاريكاتير كمستويين في التحليل إستخلصنا أن هذه الصورة التي نشرت على صفحة إسرائيل بالعربية التي تعبر عن الوزارة الأولى في الكيان الصهيوني على منصة X نجد أنها تبرر عدوانها اتجاه قطاع غزة و قتل المدنيين بجحة الرد على هجوم 07 أكتوبر و تحميل المقاومة نتائج هذه الحرب و شيطنة رجالها و إظهارهم في ثوب الإرهاب و ربطهم بكل ما هو سوداوي .



أولا: الوصف

يظهر هذا الكاريكاتير خمسة تماثيل في شكل دمي خشبية متناقصة تقف في خط واحد حيث تظهر هذه الدمي من الأصغر حجما على اليمين في شكل يحمل شعارات و رأس رجل ، فأول دمية على اليمين نراها برأس ملثم بالأسود وقاعدة كتب عليها الحشد الشعبي يعلوها علم دولة العراق ثم الدمية التي تليها بلون أسود كاملة عليها شعار لا إله إلا الله و دائرة بالأبيض فيها ثلاث كلمات الله رسول محمد و أما الدمية الثالثة على اليمين يظهر الرأس مغطى باللون البني و الوجه بارز بملامح حادة و لحية و كتب على قاعدتها الله أكبر - الموت لإسرائيل - اللعنة على اليهود - النصر للإسلام باللون الأبيض و الأخضر و الأحمر، ثم الدمية الرابعة مغطاة كليا باللون الأسود مع رباط رأس أخضر عليه شعار لا إله إلا الله رسول الله و الدمية الأخيرة يسارا فقسمت لثلاث أجزاء رأس رجل كبير في السن بلحية رمادية و عمامة رمادية و جزء وسط يحمل علم أصفر مكتوب عليه حزب الله و قاعدة تحمل علم جمهورية إيران الإسلامية ، كما نرى

الفصل التطبيقي

أقصى اليسار يظهر رأس ثعبان أخضر و أحمر بأنياب بارزة و يعلو الصورة اللون الأحمر القاتم مع جملة تعددت التسميات و الإرهاب واحد .

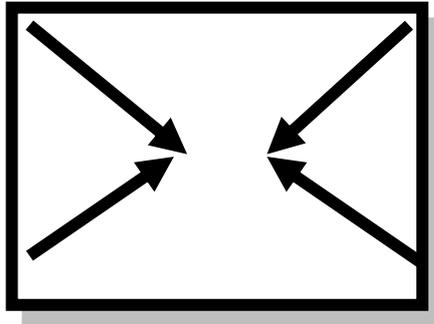
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر أكتوبر 2023

الإطار: 672×1082 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظر و إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير مقابلة أو ما تسمى في مستوى النظر حيث يظهر للمتلقي جميع العناصر بوضوح و بارزة .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
تمثل هنا التماثل حيث أن الدمى المتناقضة هي و الدمية الأكبر واحد حسب إستخدام رمزية الماتريوشكا الروسية كلما تفتح دمية تجد بداخلها نسخة عنها لكن أصغر	التقاليد - الأسرة - روسيا - الخصوبة - المماثلة	شكل تشكيلي (دمى خشبية ماتريوشكا الروسية)
يرمز هنا إلى الخبث و الشر فرأس الثعبان كان موضوعا على الدمية التي تمثل علم إيران مما يعني ربط إيران بالشر و الخبث	الموت - العدا - الغضب - السموم - القوة - الحكمة - السحر - الأساطير	شكل طبيعي (رأس ثعبان)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

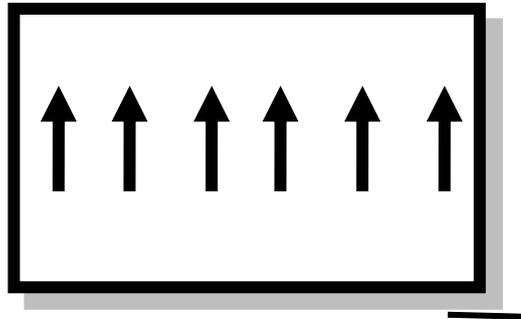
- الرسالة الاولى: تعددت التسميات والإرهاب واحد
- الرسالة الثانية: توقيع صاحب الكاريكاتير NIMI

الأشكال والألوان في الكاريكاتير:

- منحنيات في الدمى
- دوائر في نهايات القاعدة لكل دمىة
- مستطيل في الدمىة التي تحمل قاعدة بيضاء ورأس بني

الالوان:

- اللون الأبيض في الرسالة اللسانية أعلى الصورة وعلى الدمى
 - اللون البني في أحد عمامات الرأس للدمىة الثالثة يمينا
 - اللون الاسود نجده في معظم الدمى ملابسها والملامح
 - اللون الأخضر رأس الثعبان وبعض الرسالات اللسانية
 - اللون الأحمر القاتم في الخط الذي يمثل بقعة دم وفي الخلفية وفم الثعبان
 - اللون الأحمر الفاتح في علم إيران
 - اللون الرمادي الفاتح عمامة ولحية الدمىة أقصى اليسار
- الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأسفل وهو ما يبرر وجود ظل خلف رأس الثعبان الواقع أرضا وهذا ليعطي المتلقي تركيزا على العناصر المرسومة بوضوح وسط الكاريكاتير





التركيب و إخراج الصورة :

- 1- راس الثعبان
- 2- دمىة إيران
- 3- دمىة السودان برباط أخضر
- 4- دمىة بالعمامة البنية
- 5- الدمىة السوداء كليا
- 6- الدمىة أقصى اليمين
- 7- بقعة الدم
- 8- الرسالة اللسانية أعلى
- 9- توقيع صاحب الكاريكاتير

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في أواخر شهر أكتوبر 2023 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X بعد معركة طوفان الأقصى حيث أن الردود الأفعال الدولية حول هذا الحدث تباين بين مؤيد ومعارض لكن الموقف الإيراني كان واضحاً أنها ستدعم فصائل المقاومة الفلسطينية في حربها ضد الكيان الصهيوني وتعتبر إيران العدو للدود لإسرائيل في الشرق الأوسط وهذا ما يعكسه هذا الكاريكاتير حيث استخدم الرسام رمزية الدمى الخشبية الروسية المسماة الماتريوشكا وهي دمى تاريخية قديمة تأتي في شكل خشبي متناقص حيث كلما تفتح أحدها تجد داخلها دمىة أصغر منها نسخة عنها وقد جاءت أكبر الدمى هنا تحمل علم جمهورية إيران الإسلامية أسفلها ورأسها بملامح قائد حزب الله اللبناني حسن نصرالله والذي يعتبر ذراع عسكري لإيران في لبنان والشرق الأوسط وتأتي بقية الدمى بشكل متناقص تحمل كل واحدة منها شكل وشعار أحد الفصائل أو الجماعات العسكرية والسياسية في المنطقة العربية فنجد الدمى التي

بجانب دمىة إيران تمثل حماس باللباس الأسود ورباط الرأس الأخضر تلمها على اليمين دمىة ترمز لجماعة أنصار الله الحوثيين اليمينية و هذا ما تؤكدُه أيضا ملامح الرجل أعلاها الذي يشبه ملامح المتحدث العسكري باسم الجماعة يحي سريع ثم الدمىة التي تمثل داعش بشعاره و علمه و أخيرا أصغر الدمى التي تمثل الحشد الشعبي في العراق الذي يعتبر قوات نظامية عراقية مؤلفة من 67 فصيلا شكلن بعد فتوى جهادية لمحافظة النجف لمحاربة ما سمي بداعش لكن يشار أيضا أنها تخضع للسياسة الإيرانية و هذا التوظيف يراد به أن إيران هي الرأس الأكبر الذي يحتوي جميع الفصائل و الجماعات و الميليشيات في الشرق الأوسط و التي تصنفها الدول الغربية و أمريكا على أنها جماعات إرهابية أي أن إيران من ترعى الإرهاب في الشرق الأوسط كما نجد أن رأس الثعبان الأخضر الذي يوجد أرضا و يبدو أنه كان يغطي رأس الدمىة التي تمثل إيران يدل على ربطها برمزية الثعبان للمكر و الخبث و الشر و هذا ما يدل على رسم الثعبان بلون داكن حيث أنه من المعروف أن الثعابين الداكنة هي الأخطر في عالم الثعابين كما أن اللون الأخضر يتم ربطه بالعلامات الإسلامية في المنطقة و نجده في أغلب أعلام الدول العربية و رايات هذه الجماعات و هذا أيضا يدل على ربط الإرهاب بالدين الإسلامي و وقوف هذه الدمى على خط واحد في شكل بقعة دم حمراء يرمز كذلك للدمار و القتل الذي تحدثه هذه الجماعات في المنطقة و نجد كذلك الخلفية قد جاءت بلون أحمر قاتم للتدليل على نفس الفكرة الدم القتل و الإرهاب مع عبارة تعددت التسميات و الإرهاب واحد .

بالإعتماد على المستوى التعييني و التضميني نجد أن هذا الكاريكاتير الذي يعبر عن التوجه الإسرائيلي في مهاجمة إيران و تحميلها لكن ما يحدث من عنف أو قتل أو إرهاب في المنطقة العربية حتى تلك الحركات التي تقاوم يتم إعتبارها إرهاب بمعايير الغرب المزدوجة و رسم صورة أن أي حركة في المنطقة هي مدعومة من طرف إيران و سميها بالإرهاب و الدم و الدمار لرسم صورة ذهنية معينة عن هذه الحركات تخدم الرواية الإسرائيلية.

الكاريكاتير رقم: 03



أولا: الوصف

يظهر لنا في هذا الكاريكاتير مقسم في مشهدين علوي و سفلي حيث نرى في الجزء العلوي رجل ملثم بلباس عسكري حول عنقه وشاح مخطط بالابيض و السود و على رأسه رباط أخضر يحمل في يده كيس صغير ابيض كتب عليه طحين و يقف أمامه طفل صغير يرتدي ثياب بالية باللونين الأخضر الفاتح و الأزرق حيث يعطي الرجل كيس الطحين للطفل و يقول له "هاي حصتك" ، كما نجد وراء الطفل صندوق خشبي ضخيم كتب عليه مساعدات غذائية للمدنيين و يظهر ركام مباني باللون الرمادي خلف الصندوق كما تظهر خلفية الرجل و الطفل باللون الأحمر و فيها أعمدة دخان بيضاء أما عن الجزء السفلي من المشهد فيظهر أقصى اليمين سلم متدلي من الأعلى و الذي لديه مدخل نراه أعلى في المشهد الفوقي و يربط هذا السلم و مدخله الصورتين معا كما نرى ثلاث رجال يحمل الأول على اليمين كيسا ضخما كتب عليه طحين و الثاني برميلان من الوقود و الثالث كتب عليها أدوية يرتدي الرجل نفس الملابس و أربطة الراس الخضراء و الأوشحة المخططة و الاسلحة حيث نراهم يذهبون لوضع ما يحملون أقصى اليسار وهي مواد غذائية و مؤونة مخزنة و يظهر لنا سقف المشهد السفلي بمصباح مما يدل على أن المكان تحت الأرض أي نفق .

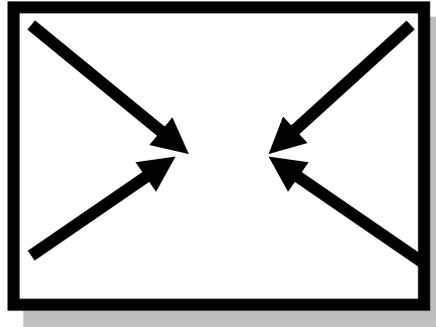
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر نوفمبر 2023

الإطار: 966×1600 على وسيط الحاسوب

زاوية إلتقاط النظر و إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير مقابلة أو ما تسمى في مستوى النظر حيث يظهر للمتلقى جميع العناصر بوضوح و بارزة .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
تم توظيفه هنا بملامح حادة و بشعة ترمز للشر و تشبه قطاع الطرق	القوة - السلطة - الحماية - الشجاعة - الشهامة	شكل بشري (رجل)
يمثل هنا المعاناة عكس المعاني العامة للطفل لأنه يرتدي ثياب بالية و يظهر في وضع فقير يطلب المساعدات	البراءة - الحياة - المستقبل - الفرح - طموح	شكل بشري (طفل)

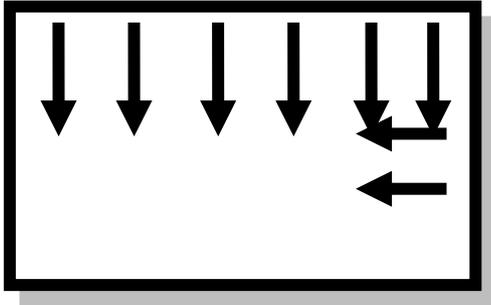
الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

- الرسالة الاولى:هاي حصتك
- الرسالة الثانية : مساعدات غذائية للمدنيين
- الرسالة الثالثة : وقود
- الرسالة الرابعة : طحين
- الرسالة الخامسة : أدوية - سكر - أرز
- الرسالة السادسة : توقيع صاحب الكاريكاتير NIMI

الأشكال والألوان في الكاريكاتير:

- دائرة: فوهة النفق و المصايح
 - خطوط منحنية: في أعمدة الدخان و الأكياس
 - مستطيل : في الرسالة اللسانية و براميل الوقود و الأدوية و السكر
- الالوان:

- اللون الأبيض في الرسالة اللسانية أعلى الصورة و على الدمى
 - اللون الأسود نجده في ملابس الرجال
 - اللون الأخضر أربطة الرأس الرجال و الأخضر الفاتح في ملابس الطفل
 - اللون الأحمر القرميدي في الخلفية أعلى المشهد
 - اللون الرمادي في ركام المباني و السلم و فوهة النفق و بعض ملابس الرجال
 - اللون الأصفر المصايح و براميل الوقود
 - اللون البني خلفية المشهد أسفل و الصندوق الخشبي
- الإضاءة : تأتي الإضاءة جانبية على اليمين في المشهد السفلي و علوية من الخلف في المشهد الأعلى .





التركيب و إخراج الصورة :

- 1- المشهد العلوي
- 2- الرجل في الأعلى
- 3- فوهة النفق
- 4- الطفل
- 5- الرسالة اللسانية
- 6- كيس الطحين
- 7- الصندوق الخشبي
- 8- الركاب
- 9- الجزء السفلي من الصورة
- 10- السلم
- 11- الرجل الذي يحمل كيس الطحين
- 12- كيس الطحين
- 13- الرجل الذي يحمل وقود
- 14- براميل الوقود
- 15- الرجل الذي يحمل الأدوية
- 16- الادوية
- 17- المؤونة(سكر-أرز-
- دواء- وقود)
- 18- المصابيح

المستوى التضميني:

نشر هذا الكاريكاتير في شهر نوفمبر 2023 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X بعد معركة طوفان الاقصى حيث ومع بدأ العدوان الإسرائيلي على القطاع خلال شهر أكتوبر واستمراره والإغلاق الكلي لقطاع غزة وقطع الإمدادات من الوقود والماء والكهرباء دخل سكان غزة في أزمة إنسانية من إفتقار للغذاء وتوقف أغلب المستشفيات عن العمل وإغلاق معبر رفح البري مع الحدود المصرية ورغم وصول المساعدات الدولية للأراضي المصرية ومحاولات إدخالها إلا أنها لم تستطع أي شاحنة الدخول وهذا هو السياق الذي جاء فيه هذا الكاريكاتير حيث ومع الهدنة الأولى أواخر نوفمبر مع الكيان الصهيوني التي تضمن تسليم دفعة من الأسرى الإسرائيليين ودخول 139 شاحنة من المساعدات الدولية الإنسانية لسكان القطاع حاول رسام الكاريكاتير الذي يعبر عن توجهات الصفحة الرسمية لإسرائيل أن يتهم عناصر المقاومة الفلسطينية بسرقة المساعدات الإنسانية التي تأتي للمدنيين واستخدامها من طرفهم داخل الأنفاق وعدم إستفادة أهل القطاع إلا من بعض المساعدات وهذا ما تم تجسيده من خلال إعطاء رجل المقاومة في المشهد العلوي من الصورة لكيس طحين صغير الحجم للطفل الذي تم توظيفه لإثارة عواطف المتلقي بأن المقاومة هي من تقوم بتجويع أطفال غزة وكذلك إظهار الطفل بثياب رثة وملامح تعلوها الحيرة والضعف كما يؤكد هذا المعنى الجزء السفلي من الكاريكاتير الذي يظهر سلم في دلالة على النزول تحت الارض والأنفاق التي تحت قطاع غزة وفيه مجموعة من رجال المقاومة وهم يحملون محتويات المساعدات من مواد غذائية ووقود وأدوية ويخزنونها آخر النفق مع المؤونة وهو كذلك تأكيد على أن المقاومة من تسرق المساعدات الإنسانية وتجويع المدنيين في قطاع غزة

بالإعتماد على المستويين التعييني والتضميني في التحليل نستخلص أن هذا الكاريكاتير جاء أيضا لشيطنة المقاومة وتحميلها مسؤولية الأزمات الحادة التي يعيشها القطاع وسكانه وإخلاء المسؤولية عن الكيان و إعطائه مبررات في إستكمال روايته التي تقول أن عليه القضاء على حماس وأنها سبب المشاكل الحاصلة فوق الأراضي المحتلة .

الكاريكاتور رقم: 04



أولا: الوصف

يظهر لنا في هذا الكاريكاتير حية ضخمة تحديدا أفعى الأناكوندا في وضعية هجوم أنيابها بارزة و لسانها كذلك حيث نرى رأسها عليه علم إيران ثم علم أصفركتب عليه حزب الله باللون الأخضر يليه علم آخر عليه شعارات الله أكبر - الموت لأمريكا - الموت لإسرائيل - اللعنة على اليهود - النصر للإسلام ثم علم عليه كلمات الحشد الشعبي و علم دولة العراق و نرى ذيل الأفعى ملتفا حول ثلاثة صناديق خشبية على كل منها رمز معين فنجد الأول على اليمين عليه رمز صليب ثم يليه صندوق عليه رمز هلال و الأخير على اليسار عليه رمز نجمة سداسية كما جاءت الخلفية بتدرجات اللون الأحمر و البرتقالي و الأصفر و كتب أعلى اليسار الإرهاب ليس له دين .

المستوى التعييني :

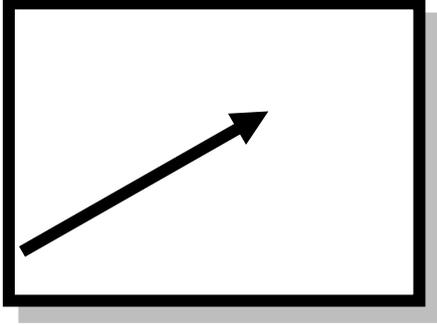
الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر نوفمبر 2023

الإطار: 368×590 على وسيط الحاسوب

الفصل التطبيقي

زاوية إلتقاط النظر وإختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من جهة اليسار وهذا نظرا لتركيز المصور على إظهار تفاصيل رأس الأناكوندا و حجمه ووضعية الهجوم و الأعلام التي عليه .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
جاء توظيف الأناكوندا الخضراء هنا دلالة على الرعب حيث تعتبر أقوى الثعابين الغير سامة لكنها تقتل بالعصر فنراها تلتف حول الصناديق الثلاثة دليل على قتل من فيهم	الموت - العدا - الغضب -- القوة - الحكمة -- الأساطير- الرعب - أكبر ثعبان في العالم	شكل حيوان (أفعى الأناكوندا الخضراء)
يرمز هنا للموت و العلامات الثلاث التي على كل صندوق الصليب- الهلال-النجمة السداسية تمثل الديانات الثلاث المسيحية - الإسلام - اليهودية أي أن الموتى من هاته الديانات نرى الأفعى هي من قامت بقتلهم	الموت - الأسرار - النهاية - الجنازة - الدفن	الصناديق الخشبية

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الاولى:الإرهاب ليس له دين

الرسالة الثانية : توقيع صاحب الكاريكاتير NIMI

الأشكال و الألوان في الكاريكاتير:

- الدوائر نجدها في إلتفاف ذيل الأناكوندا حول الصناديق

- المضلعات في الصناديق الخشبية

- صليب و هلال و نجمة سداسية

- المنحنيات و الخطوط في الأناكوندا

الألوان:

- اللون الأبيض في الرسالة اللسانية أعلى الصورة و أجزاء من جسم و رأس الأناكوندا و أنيابها

- اللون البني في الصناديق الثلاثة الخشبية و آخر ذيل الأناكوندا

- اللون الاسود نجده في ذيل الأناكوندا و الصليب و الهلال و النجمة السداسية على الصناديق الخشبية

- اللون الأخضر في علم إيران على رأس الأناكوندا و بقية جسمها

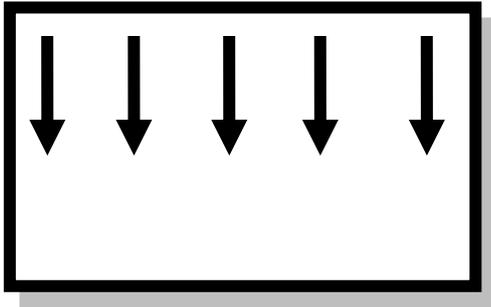
- اللون الأحمر في رأس الأفعى و في الخلفية

- اللون الأصفر على أحد الأعلام في جسم الأفعى و في الخلفية

- اللون البرتقالي في الخلفية

الإضاءة : تأتي الإضاءة من الخلف في وسط الصورة لتظهر لنا رأس الأناكوندا و وضعيتها الهجومية و هو

مايبرر وجود ظل أمام الأناكوندا .



التركيب و إخراج الصورة :



- 1- رأس الأناكوندا
- 2- علم إيران
- 3- علم حزب الله
- 4- علم جماعة أنصار الله الحوثيين
- 5- علم الحشد الشعبي
- 6- ذيل الأناكوندا الملفت حول الصناديق
- 7- الصندوق الذي عليه رمز الصليب
- 8- الصندوق الذي عليه رمز الهلال
- 9- الصندوق الذي عليه رمز النجمة السداسية
- 10- الرسالة اللسانية

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في أواخر شهر نوفمبر 2023 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X حيث ومع تزامن الهدنة بين حماس والكيان الصهيوني وبداية تسليم الأسرى الإسرائيليين في الصفقة الأولى و مع الكشف على بعض جنسيات الأسرى الذين مع المقاومة جاء هذا الكاريكاتير في نفس السياق الذي يقول أن الإرهاب و الحركات الإرهابية لا تفرق بين دين و عرق ، لكنه أراد أن يوجه الإتهام لإيران أنها الرأس الكبير للإرهاب في المنطقة و ينطوي تحتها كل من حزب الله في لبنان و أنصار الله الحوثيين في اليمن والحشد الشعبي في العراق و هذا ما يبرر وضع علم إيران على مقدمة رأس الأناكوندا ثم بقية الرايات ورمزية توظيف الأناكوندا الخضراء الضخمة التي تعتبر أكبر الثعابين في العالم و هي من الثعابين الغير سامة التي تستخدم العصر لقتل فريستها و لطالما تم رسمها على أنها الوحش الضخم الذي يقتل يهوداء

ويستعمل للتخويف ، كما نرى أن ذيل الأناكوندا ملتف حول ثلاث صناديق خشبية تحمل كل منها رمز لدين معين فنرى الصليب يدل على المسيحية و الهلال على الإسلام و النجمة السداسية على اليهودية والصناديق الخشبية تدل على الموت و الأناكوندا التي تدل على ايران و مايتبعها من جماعات تصنف إرهابية فنرى الإرهاب يقتل الناس من جميع الديانات حسب دلالات كل هذه الرسوم و هذا ما تؤكدُه الرسالة اللسانية التي كتبها في الأعلى "الإرهاب ليس له دين" أي لا يهم دينك و جنسيتك و لا عرقك الإرهاب يفتك بالجميع و تعتبر الخلفية أيضا التي جاءت بدرجات الأحمر و البرتقالي و الأصفر و التي تعطي احياءات للمتلقي بالخطر و تضعه ضمن ضغط نفسي من درجة حرارة الألوان المستخدمة التي تؤكد خطر غيران على الديانات و الأعراق كلها بتبنيها الإرهاب و دعمها للجماعات المذكورة

و بالإعتماد على المستويين التعييني و التضميني نستخلص أن السياق العام الذي جاء فيه الكاريكاتير يعتبر المقاومة تابعة لإيران هي و كل الجماعات الموجودة في المنطقة العربية و الشرق الأوسط و أنها ترعي و تبني الإرهاب الذي لا يفرق بين دين و لا عرق و كان إسرائيل في المنطقة بيئة حاضنة للتعاشيش السلمي بين الأديان و الأعراق و هذا لا أساس له من الصحة و نراه جليا في المعاملات مع الشعب الفلسطيني الذي هو مزيج بين مسلم و مسيحي و يهودي رافضين الاحتلال و يواجهون كل أشكال القمع و التهجير و حرمانهم من أبسط حقوقهم المدنية و عليه الإرهاب الحقيقي هو ما تفعله دولة الكيان الصهيوني فوق الأراضي المحتلة الفلسطينية .

الكاريكاتور رقم: 05



أولا: الوصف

يظهر لنا هذا الكاريكاتير جني الفانوس السحري المارد بالأزرق ولحية بنية و عمامة بيضاء في يدي الضخمتين و أساور يد ذهبية و يظهر لنا نصف جسمه فقط و النصف الآخر كسحابة بلون أرجواني تنتهي إلى المصباح الذهبي الذي بيد طفل يجلس في غرفة على ركبتيه يرتدي ثياب باللون الأزرق و الأخضر و على رأسه قبعة صغيرة باللونين الأبيض و الأزرق و عليها نجمة سداسية و نرى أن هذه الغرفة طراً عليها نوع من الدمار و التخريب في الحائط نصف مهدم و الكرسي مرمي و يوجد بقع ماء على الأرض و تظهر أنها غرفة نوم من خلال الوسادة و السرير باللون البني الفاتح على الجهة اليمنى كما نرى مقابل السرير طاولة عليها شمعدان بقطعة واحدة و شموع مضاءة باللون الأبيض و الأزرق و خلف حائط الغرفة في الخارج نرى ما يبدو حفرة في الأرض باللون البني خرج منها رجل يمسكه المارد بيده و عليه ملامح الخوف و الدهشة ملابسه بدرجات البني و الأسود و آذانه كبيرة مع عينان جاحظتان و لحية و شعر أبيض و خلفية هذا الرسم خضراء اللون و تظهر لنا مباني على جهة اليسار فيما يبدو مسجد و سماء بلون قاتم رمادي .

المستوى التعييني :

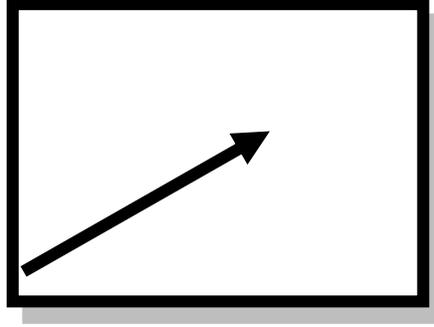
الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر ديسمبر 2023

الإطار: 1418×1440 على وسيط الحاسوب

الفصل التطبيقي

زاوية إلتقاط النظر و إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من جهة اليسار فنرى وجه الطفل و حجم مارد الفانوس السحري بشكل واضح .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
جاء هنا في نفس السياق لتحقيق أمنيات وأحلام الطفل الذي يحمل الفانوس	السحر - الخيال - الأحلام - تحقيق الأمنيات - الطموح	شكل مارد الفانوس السحري
جاء ليدل على البراءة و الأحلام و الطموح حيث نراه يحمل فانوس سحري ة يتمنى أمنية	البراءة - الحياة- المستقبل - الفرح - طموح	شكل بشري (الطفل)
نراه هنا في حالة ضعف يمسكه المارد وملامحه يملؤها الخوف و الدهشة	القوة - السلطة - الحماية- الشجاعة - الشهامة	شكل بشري (رجل)
جاء هنا بتسعة أفرع ليعبر عن عيد الحانوكا اليهودي أو عيد الأنوار الذي يتم فيه إشعال 08 شموع تتوسطهم شمعة واحدة مركزية .	اليهودية - دولة الكيان الصهيوني - عيد الحانوكا	الشمعدان التساعي

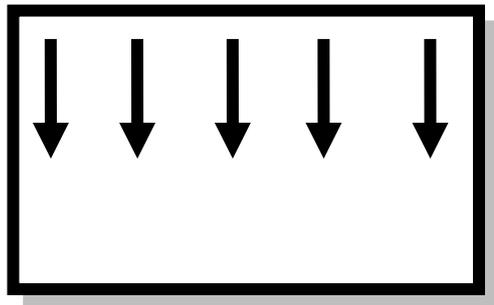
الرسالة اللسانية : لا يوجد رسائل اللسانية في هذا الكاريكاتير

الأشكال و الألوان في الكاريكاتير:

- نجمة سداسية في قبعة رأس الطفل
- منحنيات في الشمعدان و رسم المارد و الرجل و الطفل
- مستطيل و مربع في الكرسي

الألوان:

- اللون الأبيض في عمامة المارد وقبعة الطفل ولحية وشعر الرجل
 - اللون الرمادي في البقع التي على الأرض
 - اللون البني القاتم في لحية المارد
 - اللون الأصفر القاتم في الكرسي والطاولة
 - اللون الأزرق في جسم المارد وشموع الشمعدان والنجمة السداسية وفي سروال الطفل بدرجة أغمق
 - اللون الأخضر ملابس الطفل
 - اللون البني الفاتح في الحائط
 - اللون البني البشري في الوسادة والسرير
 - اللون البني القاتم في الحفرة
 - اللون الرمادي القاتم في السماء
 - اللون الأرجواني في السحابة التي تمثل النصف الثاني من جسم المارد
 - اللون الذهبي في أساور المارد والمصباح السحري
 - اللون الذهبي الفاتح في الشمعدان
 - اللون الأخضر الفاتح في الخلف وكأنه أعشاب أو مرج والبنائيات على اليسار
 - اللون الكحلي في ملابس الرجل
 - اللون الكستنائي المحمر في شعر الطفل
- الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأعلى حيث نرى ظل الحائط في الداخل والشمعدان كما أن إضاءة المصباح تنعكس على وجه الطفل .





التركيب و إخراج الصورة :

- 1- المارد
- 2- الطفل
- 3- الرجل
- 4- الفانوس السحري
- 5- الشمعدان
- 6- الكرسي
- 7- الحفرة
- 8- المباني في الخلف

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر ديسمبر 2023 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X و مع الجو العام الذي نراه نلاحظ أن السياق الذي نشر فيه هذا الكاريكاتير هو عيد الأنوار اليهودي أو الحانوكا أو عيد التدشين و هو عيد يحتفل به اليهود لمدة 08 أيام من 25 من شهر كيسليف إلى الثاني أو الثالث من شهر تبت حسب التقويم العبري و يقابله في الميلادي إما الأسبوع الأخير من شهر نوفمبر أو شهر ديسمبر و هذا يتغير كل سنة و سنة 2023 كان عيد الحانوكا في شهر ديسمبر و تقول الرواية اليهودية هذا اليوم الذي انتصر فيه الحشمونائيم و هم سلالة حاكمة في مملكة يهودا على الإغريق في فترة الهيكل الثاني واستعادوه بقيادة يهودا المكابي ، و جاء اليهود ليشعلوا الشمعدان بع النصر لكن لم يجدوا زيتا يكفي إلا ليوم واحد لكن ذلك الزيت و بمعجزة أبقى الشمعدان مشتعلًا 08 أيام إلى حين تحضير زيت آخر و هنا أنشأ اليهود هذا العيد و يحتفلون لمدة ثمانية أيام متتالية بأنواع طعام معين و يرتدي الأطفال ملابس دينية بأحرف عبرية و مع سياق هذا العيد جاء الكاريكاتير حيث نرى أنه تم توظيف طفل صغير يجلس في غرفته يرتدي قبعة على رأسه صغيرة عليها نجمة يهودية و تسمى هذه القبعة الكيباه أو الكبه و هي رمز ديني يرتديه رجال اليهود الأرثوذكس و المحافظون أثناء الصلاة و التي يرون أنها لازمة للصلاة حسب شريعتهم ، يجلس الطفل على ركبتيه و بين يديه فانوس سحري ذهبي و قد خرج منه المارد لتحقيق

الأمنيات وهذا ما يرمز له هذا العيد الذي يعتبرون أنه أبقى الشمعدان مدة 08 أيام مشتعلا هي معجزة حدثت ليهودا المكابي و عليه يريد هذا الطفل الحصول على معجزته و أمنيته في عيد الحانوكا هي القبض على يحي السنوار أحد قادة حماس في غزة الذي أصبح كابوسا للإسرائيليين بعد هجوم 07 أكتوبر 2023 ، السنوار الذي بقي في سجون الإحتلال 24 سنة و خرج سنة 2012 خلال صفقة تبادل أسرى في ما يعرف بصفقة جلعاط شاليط بعد أن تعلم كل شئ عن المجتمع الإسرائيلي و أقنعهم أنه أصبح بفكر إسرائيلي فعندما تولى قيادة حماس في قطاع غزة فرح الإسرائيليون ظنا منهم أنهم على وفاق معه لكن بعدما أظهره من حنكة في التخطيط للهجوم مع القادة الآخرين و تسيير ملف الأسرى الإسرائيليين و غيرها من التفاصيل في معركة طوفان الأقصى أصبح المطلوب رقم واحد عند الإحتلال الإسرائيلي لدرجة أم يتم رسمه في هذا الكاريكاتير و في عيد المعجزات الحانوكا و هو مقبوض عليه من طرف مارد الفانوس السحري تلبية لأمنية الطفل الذي يعبر عن كل من هو موجود في الكيان الصهيوني كما أن توظيف الشمعدان التساعي بدل السباعي المسمى المينوراه يؤكد أن أجواء هذا الكاريكاتير هي عيد الأنوار اليهودي و تحليلنا للألوان التي جاءت في سياقها إضفاء السحر على الرسم كالأرجواني و درجة الأخضر في الخلف و إضاءة المارد و الفانوس الذهبي كما أن الحائط المهدم هو دليل الدمار و الخسائر التي تم إلحاقها ببيوت الإسرائيليين مع أنه جزء من إظهار إسرائيل كضحية حيث أن البيوت و المدن التي تقع في غلاف غزة محمية بما يعرف بنظام القبة الحديدية و هو نظام دفاعي مضاد للصواريخ و قلما يسقط أحد صواريخ المقاومة في بيت أو مكان ما كما أن تلك المدن تم إجلاء المستوطنين منها و يسكن الإسرائيليون في فنادق فخمة على حساب دولة الكيان الصهيوني إلى حين عودتهم لبيوتهم سالمين عكس سكان قطاع غزة الذي تدمر من جميع النواحي و يعيشون في رقعة جغرافية صغيرة أقصى الجنوب في مدينة رفح الفلسطينية في مخيمات تفتقر إلى الكثير في ظل أزمة المساعدات و بعدما فقدوا الكثير من أهاليهم في القصف الجائر و العشوائي الذي قام به جيش الإحتلال الصهيوني .



أولا: الوصف

يظهر لنا في هذا الكاريكاتير رجل مسن يجلس فوق بساط بلحية رمادية و أنف كبير و نظارات و فوق رأسه عمامة سوداء و في فمه آلة الناي الموسيقية يقوم بالعزف عليها و تظهر لنا فوقها العلامات الموسيقية ، و أمام الشيخ سلة بنية كتب عليها الشرق الأوسط بها أربعة أفاعي كوبرا أحدها باللون الأسود و الأحمر و الأبيض كتب بجانبها ميليشيات العراق و الأخرى بالأخضر العشي كتب بجانبها الحوثي و نجد كلك واحدة باللون الأصفر كتب فوقها حزب الله و الأخيرة باللون الأخضر القاتم الغابي كتب فوقها حماس و تظهر لنا الأفاعي بملامح واضحة و أنياب بارزة و عيون محدقة أما الخلفية فهي بالأبيض في القاعدة و يعلوها الأحمر القرميدي بالتدرج .

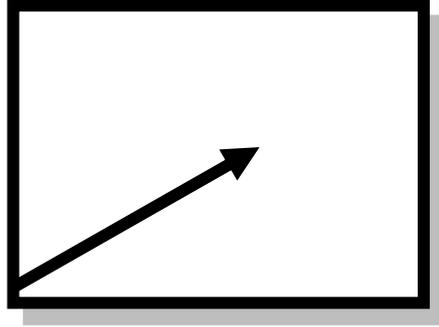
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر ديسمبر 2023

الإطار: 1440×896 على وسيط الحاسوب

زاوية إتقاط النظر و إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من جهة اليسار.



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
يرمز هنا في شكل ملبسه و ملامحه إلى رجال السياسة الإيرانيين وظف كعازف للناي للأفاعي التي تمثل كلها جماعات و أحزاب في الشرق الأوسط	الحكمة - الخبرة - النهاية - الوهن	شكل بشري (رجل عجوز)
نرى هنا أنه تم توظيفها للتعبير عن النشر و الخبث حيث جاءت بألوان رايات معروفة و كتب فوق كل منها اسم حزب الله أو جماعة	السحر - الخلود - القوة - الأساطير - العالم السفلي- الصحراء- رمز الحضارة الفرعونية - الموت - الصحراء	شكل طبيعي (أفعى كوبرا)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الاولى:حزب الله

الرسالة الثانية : حماس

الرسالة الثالثة : الحوثي

الرسالة الرابعة : ميليشيات العراق

الرسالة الخامسة : الشرق الأوسط

الرسالة السادسة : توقيع صاحب الكاريكاتير NIMI

الأشكال و الألوان في الكاريكاتير:

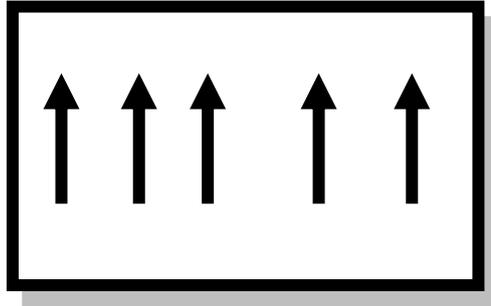
- دائرة في السلة

- منحنيات في السلة الناي والأفاعي .

الألوان:

- اللون الأبيض في بعض الأفاعي
- اللون الأحمر القرميدي في الخلفية
- اللون الأحمر في احد الأفاعي ولسان الافعى الخضراء
- اللون الأسود في أحد الأفاعي و ملابس الرجل و السلة و الرسائل اللسانية
- اللون الأخضر العشبي في أحد الأفاعي
- اللون الأخضر الغابي في أحد الأفاعي
- اللون الأصفر في أحد الأفاعي

الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأسفل حيث نرى السلة و الرجل بوضوح في القاعدة كما أنه لا يوجد ظل





التركيب و إخراج الصورة :

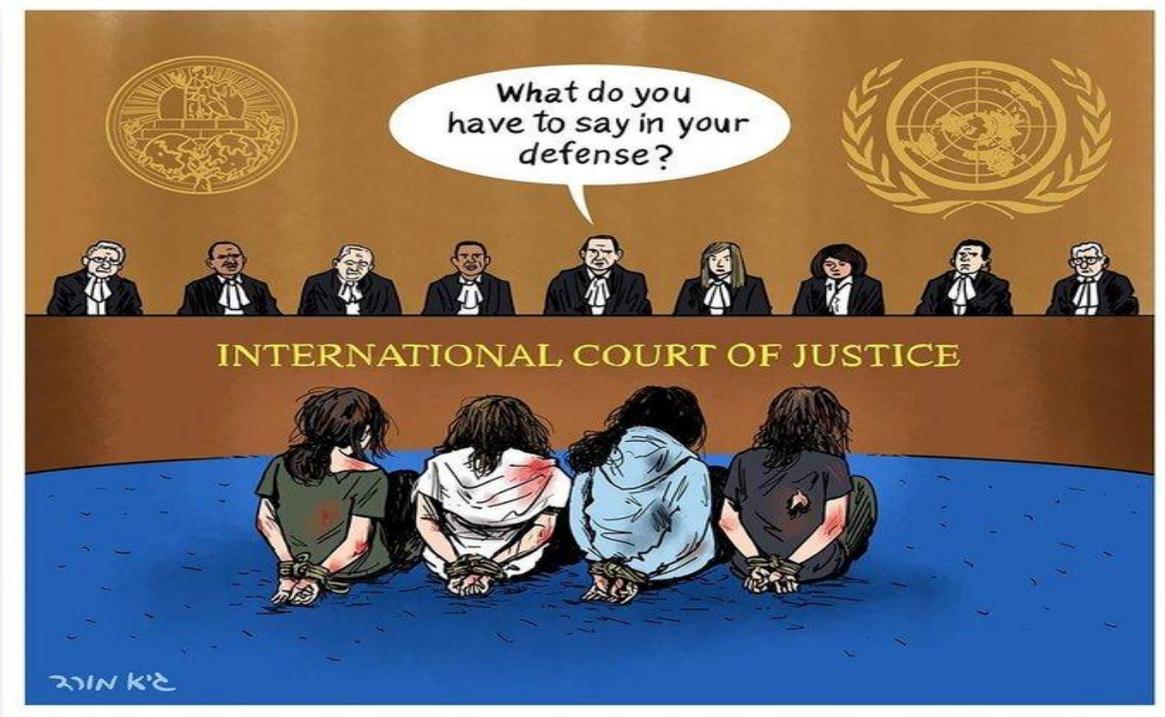
- 1- السلة
- 2- الأفعى السوداء بالأحمر
- 3- الأفعى الخضراء
- 4- الأفعى الصفراء
- 5- الأفعى الخضراء
- 6- الرجل المسن
- 7- الناي
- 8- العلامات الموسيقية
- 9- الرسالة اللسانية

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر ديسمبر 2023 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X حيث وبعد العدوان الغاشم الذي طال قطاع غزة تباينت ردود الأفعال الدولية لكن لعل أبرزها هو دخول جماعة أنصار الله الحوثيين اليمنية على خط الحرب حيث أعلن قائد القوات المسلحة اليمنية الموالية للحوثيين عن اعتراض و حجز أي سفينة تابعة أو متوجهة نحو الكيان الصهيوني عبر مضيق باب المندب البحري في اليمن الذي يعتبر أحد المفاتيح الخمسة للقارات في العالم مع باقي مناطق العبور الأخرى ، و تم بالفعل اعتراض مجموعة سفن تجارية تتوجه نحو إسرائيل مما أصبح يشكل خطرا على الملاحة البحرية كما أن إمدادات الكيان الصهيوني نظرا لكميات السلع و المواد التي تصلها عبر هذا المضيق حتى أن مدير ميناء إيلات في الأراضي الفلسطينية المحتلة صرح أنه من الممكن تصريح بعض العمال الإسرائيليين نظرا للشبه توقف الذي عرفه الميناء جراء تضيق الخناق في باب المندب على السفن و المحاولات التي تفعلها وزيرة الصناعة الصهيونية بذهابها للهند و الاتفاق على شحن السلع للكيان الصهيوني من موانئ الهند مروراً بالإمارات و بعدها برا عبر السعودية و الأردن ثم إسرائيل و انضمت لهذا الاتفاق مصر على أن تقوم بشحنها للدول الأوروبية عبر البحر الأبيض المتوسط كبديل لباب المندب في اليمن ، كما أن تدخل حزب الله

اللبناني في الحرب عبر توجيه صواريخ لبعض المواقع الإسرائيلية التي في الحدود الجنوبية مع لبنان ودعم إيران المطلق لكل هذه المواقف في الحرب ضد إسرائيل ، كل هذه الأحداث خلفت ذعرا من تداعي الأوضاع مع الدول العربية في حدود الكيان الصهيوني وهذا هو السياق الذي جاء فيه هذا الكاريكاتير ليرسم صورة ورسالة أن حماس الذي يمثل المقاومة الفلسطينية وحزب الله اللبناني وجماعة أنصار الله الحوثيين اليمنية والحشد الشعبي في العراق الذي سماه صاحب الكاريكاتير ميليشيات العراق كلها أفاعي سامة واستدل على ذلك بأفعى الكوبرا التي تعتبر من أكثر الأفاعي سمية وفتكا كما أنها تتواجد بكثرة في صحاري الدول العربية ليربط السم والخبث والقتل بهاته الجماعات كما ربطها مع إيران التي نرى شيخا يجلس فوق بساط ويعزف الناي بلامحه وملابسه التي تشبه رجال السياسة الإيرانيين كروحاني والخميني وغيره ونجد هذا المشهد الذي يمثل سلة الأفاعي وعازف الناي في الهند وبعض المناطق العربية فترى أفعى الكوبرا تتراقص على نغمات الناي وقيل أن الرجل الذي يعزف الناي يتحكم بالأفاعي وهذا هو مدلول المشهد الذي نراه مرسوما في إيران تتحكم في تلك الجماعات وتملي عليه ما يفعلون تماما. وبالاعتماد على المستويين التعييني والتضميني في التحليل نستخلص أن صفحة إسرائيل تتبنى مجددا في الصور المنشورة فكرة أن إيران هي المسؤولة عن كل الجماعات في المنطقة العربية والشرق الأوسط الذي دلت عليه بالسلة والرسالة اللسانية كما أن اللون الأحمر القاتم في الخلفية يدلنا دائما في هذا السياق على الدم والقتل والخطر.

الكاريكاتور رقم : 07



أولا: الوصف

نرى أمامنا أربعة أطفال أطفال يجلسون فوق أرضية زرقاء اللون أيديهم مكبلة في الخلف بحبال ملابسهم رثة مقطعة عليها آثار الدم مطأطي رؤوسهم في الأرض نراهم من الخلف من ظهورهم و يقف أمامهم مجموعة من القضاة حسب ملابسهم الجيب السوداء و القميص الأبيض بالياقة العالية نرى تسعة قضاة يجلسون على طاولة الهيئة الاستشارية الخشبية كتب عليها بلون ذهبي International court of justice أي " محكمة العدل الدولية " و فوق القاضي الذي يتوسط القضاة التسعة رسالة لسانية بلون بني فاتح و على اليمين شعار فيه خريطة و أسفلها أعضاء زيتون يمتدان حولها و على اليسار أيضا شعار فيه سيدة جالسة فوق كرسي و تحتها كرتين أرضيتين حولهما شجرة زيتون تلفهما .

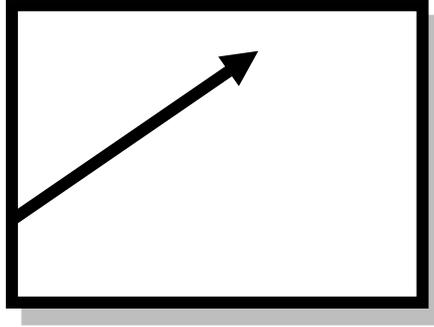
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر جانفي 2024

الإطار: 680×583 على وسيط الحاسوب

زاوية إلتقاط النظرو إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من جهة اليسار.



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
تم توظيفهم هنا مكبلين مطأطي الرؤوس للتعبير عن المعاناة و كأنهم الضحية	البراءة - الحياة- المستقبل - الفرح - طموح	شكل بشري (أطفال)
تم إستخدامهم هنا على أنهم يحاكمون الأطفال الذين تبدو عليهم آثار الدم و المعاناة أي من غير العدل محاكمة الأبرياء	العدل - الحق - رد الحقوق - المساواة - الحكمة - القوة .	شكل بشري (القضاة)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الاولى: محكمة العدل الدولية

الرسالة الثانية : ماذا لديكم لتقولوه في دفاعكم

الرسالة الثالثة : توقيع صاحب الكاريكاتير

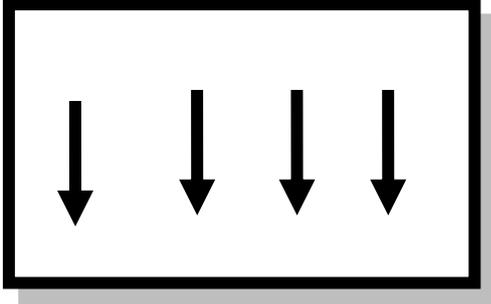
الأشكال و الألوان في الكاريكاتير :

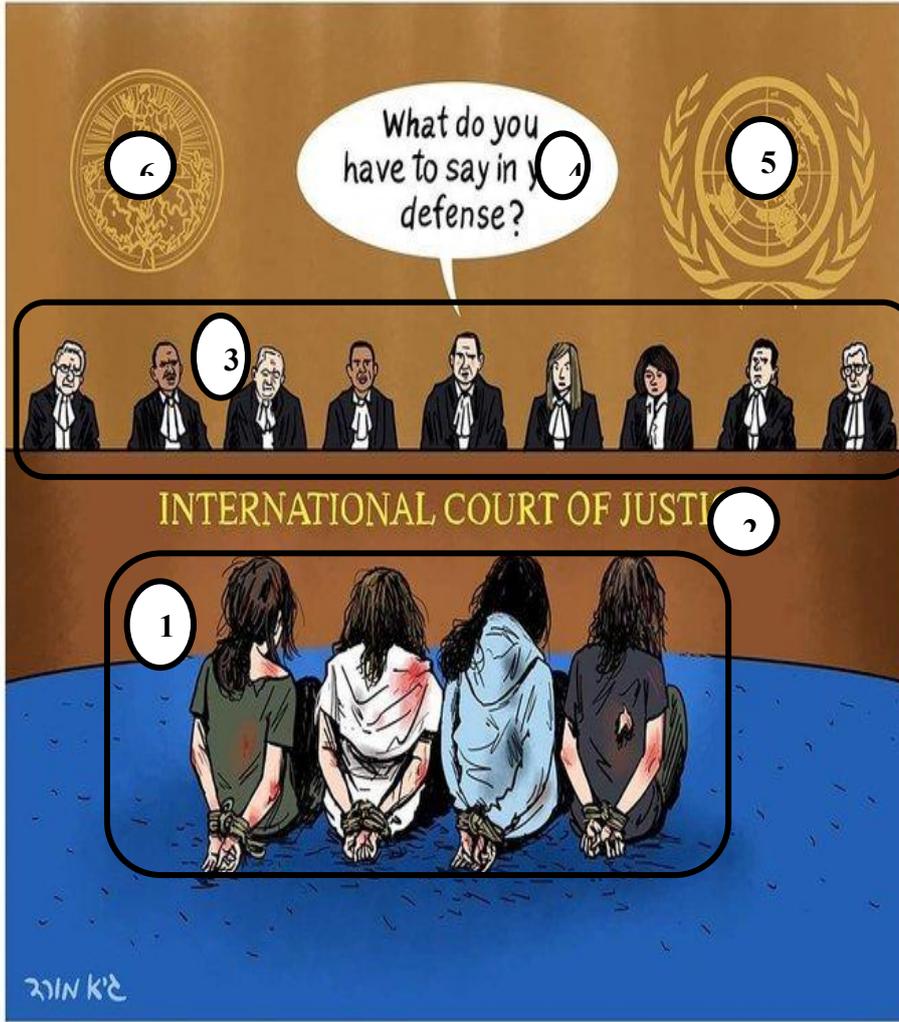
- دوائر في الشعارات

- مستطيل في الطاولة الخشبية

الألوان:

- اللون الأبيض في قمصان القضاة و ملابس بعض الاطفال و خلفية الرسالة اللسانية
 - اللون الأسود في جيب القضاة و الرسالة اللسانية و بعض ملابس الاطفال
 - اللون الذهبي في الرسالة اللسانية على الطاولة الخشبية
 - اللون البني الفتحاح في الخلفية وراء القضاة و الشعارات على اليمين و اليسار في الأعلى
 - اللون الأزرق السماوي في ملابس أحد الأطفال
 - اللون الأزرق في أرضية الرسم
 - اللون الأخضر القاتم في ملابس أحد الأطفال
- الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأعلى و هذا ما يبرر وجود ظلال خلف الأطفال .





التركيب و إخراج الصورة :

- 1- الأطفال
- 2- الرسالة على الطاولة الخشبية
- 3- القضاة
- 4- الرسالة أعلى القاضي
- 5- الشعار على اليمين
- 6- الشعار على اليسار

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر جانفي 2024 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X بعدما تقدمت دولة جنوب إفريقيا برفع دعوى تهتم فيها دولة الكيان الصهيوني بارتكاب جرائم إبادة جماعية في قطاع غزة بعد العدوان الذي قام به جيش الإحتلال ضد كل سكان القطاع وهذا ما يعتبر موقفا تاريخيا غير مسبوق يمس بالسمعة التي يحاول الكيان دائما تلميعها أمام الغرب و المجتمع الدولي فعرضت جنوب إفريقيا ملفا من 84 صفحة إتهمت فيها إسرائيل بضرب الإتفاقيات الدولية عرض الحائط و قيامها بعقوبات جماعية على المدنيين و إبادتهم حسب العرق و عدم محاسبة مسؤوليها ممن صرحوا علانية بأنهم عليهم قتل كل فرد متواجد في غزة ، و قد إنطلقت جلسات الاستماع في 11 جانفي 2024 في هاته القضية و بعد العديد منها أمرت محكمة العدل الدولية يوم 26 جانفي من نفس العام باتخاذ إجراءات مؤقتة لمنع الإبادة الجماعية و التحريض المباشر عليها إلى حين إنتهاء القضية التي من الممكن أن تستمر لسنوات إلى الحين الفصل فيها بشكل نهائي ، و هذا هو السياق الذي جاء فيه الكاريكاتير الذي نشرته

صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X التابعة للسلطات الرسمية في دولة الكيان الصهيوني والتي أرادت تصوير نفسها ضحية في هاته المحاكمة من خلال توظيف أربعة أطفال بتياب بالية عليها آثار الدم و الحرب رؤوسهم في الأرض و أيديهم مكبلت بالحبال يجلسون على أرضية القاعة الزرقاء في دليل أن إسرائيل هي من تعرضت لهجوم من طرف حماس و أن أطفالها و شعبيها مصاب يعاني جراء هذه الحرب و هو الضحية فلما يحاكم و استخدام الأطفال هنا تحديدا هو استمالة عاطفة للحصول على تعاطف المتلقي خاصة وضعية جلوس الأطفال في مستوى أقل من طاولة الهيئة الاستشارية ، و نرى القضاة التسعة الذين من المفترض أن يكونوا خمسة عشرة قاضيا و هو العدد الذي تتكون منه محكمة العدل الدولية التي تعتبر الهيئة القضائية الرسمية لمنظمة الأمم المتحدة و تقع في لاهاي بهولندا و الجهاز الوحيد من ستة أجهزة للأمم المتحدة الذي يقع خارج نيويورك أسست سنة 1945 و يتم إنتخاب قضاتها الخمسة عشرة من طرف الجمعية العامة للأمم المتحدة و مجلس الأمن لمدة 09 سنوات من قائمة ترشيحات المجموعة الوطنية في محكمة التحكيم الدائمة و قد تم توظيف تسعة قضاة في هذا الكاريكاتير نظرا لوجود قانون يسمح بإجراء المحاكمة و النظر في الدعوى إذا توفر تسعة قضاة من أصل خمسة عشرة قاضيا و هذا ما حدث في جلسة الغستماع الأولى في دعوى جنوب إفريقيا ضد الكيان الصهيوني و يظهر لنا فوق القاضي رئيس الجلسة رسالة لسانية تقول "ماذا لديكم لتقولوه في دفاعكم " يوجهها للأطفال البريئين المدنيين و المحكمة لا تحاكم أطفالا لا دخل لهم في قانونها بل تحاكم دولة الكيان الصهيوني و مسؤوليها الذين يتبنون فكر الابداء الجماعية و القضاء على سكان قطاع غزة و بنيتها التحتية لجعلها مكانا لا عيش فيه و لاحياة ، أما عن الشعارين في الاعلى فالشعار على اليمين هو شعار الأمم المتحدة و على اليسار نجد شعار محكمة العدل الدولية الذي تم تقديمه كهدية للاحتفال بمرور 40 سنة على تأسيس هيئة الأمم المتحدة و تم اعتماده لمحكمة العدل الدولية و صنع في الهند و يظهر سيدة جالسة فوق كرسي بيدها الميزان و هي سيدة العدل ترتدي ثوب التوجا المعروف لدى الأرستقراطيين في الإمبراطورية الرومانية و هو رمز الفلسفة و الحكمة أي الموقف الفلسفي من أجل تحقيق العدالة و في يدها سنابل دليل التنمية و الازدهار الذين نصل لهما عبر العدل و وراءها أشعة شمس تحملها شجرة الزيتون رمز السلام و نصفي الكرة الأرضية أي أن كل جهة تكمل الأخرى و أن الكل يعمل من أجل عالم واحد يعمه العدل و السلام .

و بالإعتماد على المستويين التعييني و التضميني في التحليل نستخلص أن محاولات إسرائيل إظهار نفسها الضحية التي على العالم حمايتها و دعمها للرد و لو كان ذلك على حساب حقوق الآخرين من أصحاب الأرض ممن يتعرضون لجميع أنواع الاضطهاد و أن كسب التأييد و التعاطف لطالما كان الخط الأبرز في السياسة الإسرائيلية و هذا ما يؤكد الكاريكاتير حيث أن الصورة الذهنية التي رسمتها إسرائيل بروايتها

الفصل التطبيقي

تتلاشى مع إظهار الوجه الحقيقي لهذا الإحتلال و ما يقترفه خاصة أمام شعوب الدول الغربية و الصدمة التي قامت بها جنوب إفريقيا بعرض هذه الحقائق و الصور أمام أعين الناس يجعل من السمعة التي يعمل الكيان على كسبها في خطر.

الكاريكاتور رقم : 08



أولا: الوصف

نرى في هذا الكاريكاتير رجل يرتدي لباس عسكري بلون أخضر فاتح ووشاح حول رقبته مخطط بالأبيض و الأسود و على ساعده علم أصفر و أخضر يحمل سلاح و فوق ظهره علم دولة إيران يقابله حصان خشبي كبير مكتوب عليه المقاومة يخرج منه رجلين يرتديان لباس عسكري بلون أخضر قاتم و يحملان أسلحة و على ألبستهم علم إيران و ملامحهم بشعة و أعينهم بيضاء و بجانب الحصان نرى سارية خشبية عليها أربعة لوحات في كل واحدة منها علم دولة فنجد من الأسفل للأعلى علم دولة العراق ثم علم سوريا ثم علم لبنان و أخيرا علم اليمن عليها بقع دم تسيل للأرض التي ترتبها بلون بني و وراء سارية الأعلام أعمدة دخان تتصاعد بلوم بني فاتح .

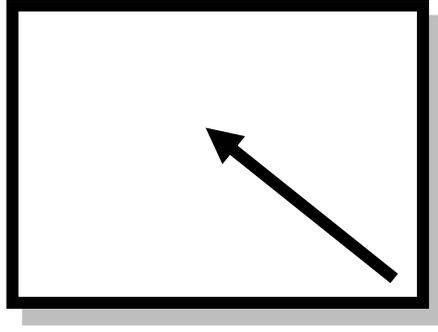
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر جانفي 2024

الإطار: 680×425 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظرو إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من جهة اليمين فنرى الرجل على اليمين بحجم أكبر و سارية الإعلام الخشبية مقابلة لنا .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
يرمز هنا حصان طروادة أن المظهر عكس ما يخبأ في الداخل للخصم و هو أكبر خدعة حرب إستخدمت	حصان طروادة - الاساطير - ملحمة هوميروس - الخداع - التاريخ - الحرب	حصان خشبي
تم توظيفه هنا بملامح حادة و بشعة ترمز للشرو وتشبه قطاع الطرق	القوة - السلطة - الحماية - الشجاعة - الشهامة	شكل بشري (رجال)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الاولى:المقاومة

الرسالة الثانية : توقيع صاحب الكاريكاتير.

الأشكال و الألوان في الكاريكاتير:

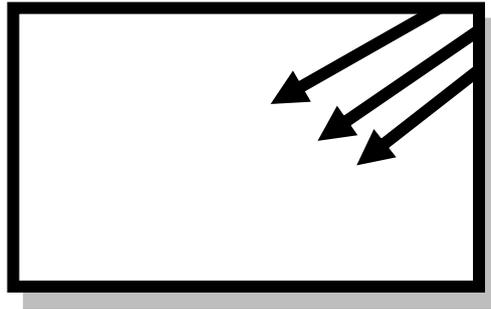
- مستطيل في باب الحصان الخشب و الأعلام

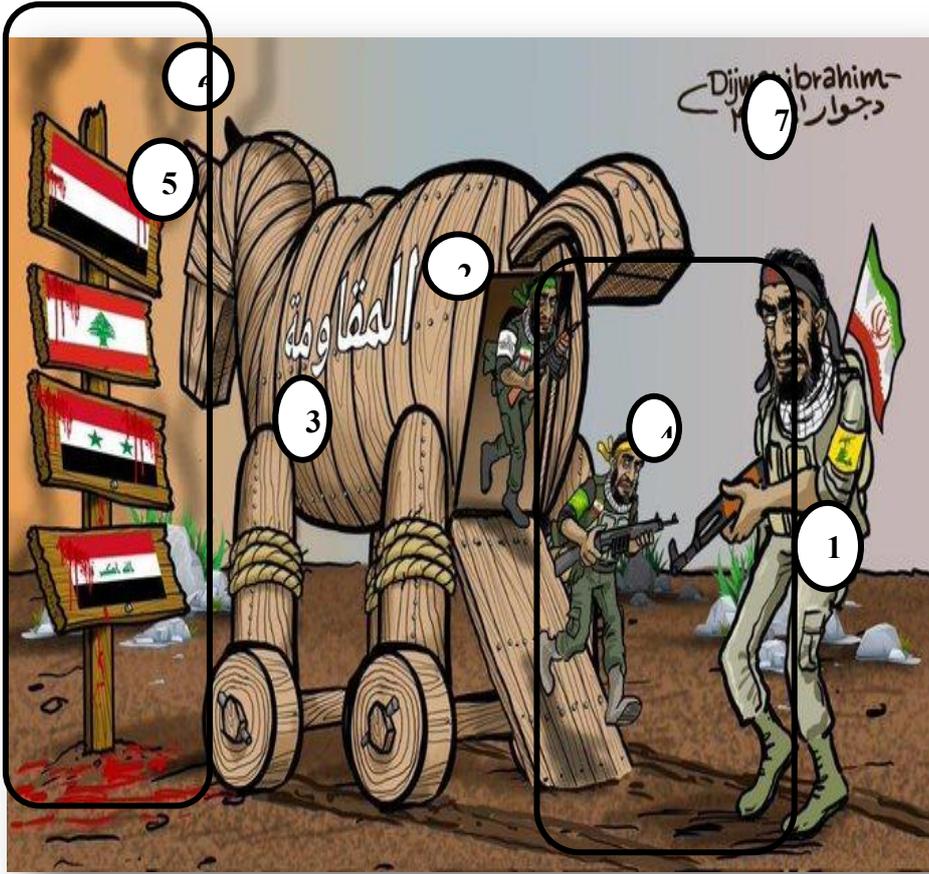
- منحنيات في الحصان

- الدوائر في عجلات الحصان الخشبي

الألوان:

- اللون الأسود في الأعلام ورسم الحصان و ملامح الرجال
 - اللون الأبيض في الأعلام و الرسالة اللسانية ووشاح الرجال
 - اللون الأخضر فاتح في ملابس الرجل أقصى اليمين
 - اللون الأخضر العشي في الاعلام و الحشيش على الأرض
 - اللون الأصفر في رباط رأس الرجل و الراية على ساعد الرجل الآخر
 - اللون الأحمر في الأعلام و بقع الدم على السارية الخشبية
 - اللون الرمادي في الأحجار و الصخور على الأرض
 - اللون البني الغامق في التربة على قاعدة الرسم
 - اللون البني الفاتح في الحصان الخشبي
 - اللون البني في سارية الاعلام
 - اللون البني المصفر في أعمدة الدخان في الخلف
 - اللون الأزرق السماوي الجيري في أعلى الخلفية
- الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأعلى من جهة اليمين مما يبرر الظلال أمام الحصان الخشبي و الرجال .





التركيب و إخراج
الصورة :

- 1- الرجل على
اليمن
- 2- الحصان
- الخشبي
- 3- الرسالة
اللسانية
- 4- الرجلين
- 5- سارية الأعلام
- 6- أعمدة الدخان
- 7- توقيع صاحب
الكاريكاتير

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر جانفي 2024 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X حيث أن تطورات الوضع في الحرب الفلسطينية الإسرائيلية و تدخل حزب الله اللبناني الذي يقصف تجمعات يقول أنها تابعة لإسرائيل في الحدود اللبنانية الجنوبية مع دولة الاحتلال و قصف جيش الاحتلال لقري و بلدات جنوب لبنان و استمرار الحوثيين في اليمن في استهداف كل السفن التابعة أو المتوجهة للكيان الصهيوني في مضيق باب المندب حتى أنها مدت ذلك لسفن بريطانية و أمريكية بعدما شكلوا ما يسمى بالحلف لقصف اليمن بمشاركة عربية من دولة البحرين كل هذه الأحداث جاء في سياقها هذا الكاريكاتير الذي يصور لنا رجالا بزي عسكري و أسلحة يحملون علم إيران على ملابسهم و أحدهم يحمله فوق ظهره بشكل واضح للمتلقي تأتي ملامحهم في صورة بشعة مع أعين بيضاء مما يدل وعلى أنهم مغيبين لا يرون بدون وعي أي أن الرجال الذين يتبعون حزب الله اللبناني و الذي نرى رايته على ساعد احدهم يوضح أنهم يقاتلون لحساب حزب الله و إيران التي تسيطرهم و تتحكم فيهم دون وعي منهم و تم استخدام حصان خشبي يخرج منه رجلين بنفس الملابس و الملامح في دلالة على حصان طروادة الذي تقول بعض المصادر

الفصل التطبيقي

أنه مجرد أسطورة وردت في الإلياذة لهوميروس و أنها فلكلور عالمي و البعض الآخر يقول أنها قصة حقيقية حدثت في مدينة طروادة في تركيا أقصى منطقة الأناضول قبل 3000 سنة حيث حاصر الإغريق الطرواديين لمدة 10 سنوات فابتدعوا حيلة كان صاحبها اوديسيوس فقدموا الحصان الخشبي الضخم لسكان المدينة كعربون سلام و أقنعوهم أنهم منسحبون و كان بداخل الحصان مجموعة من المحاربين و انصرف باقي الجيش ففرح الطرواديون و احتفلوا بهذا النصر طوال الليل و في ظلام الليل خرج المحاربون من الحصان و فتحوا أبواب المدينة و دخل الجيش فقتلوا جميع الرجل و أخذوا النساء و الأطفال كعبيد و سقطت مدينة طروادة هذه الخدعة عرفت عبر التاريخ كخدعة حرب مأكرة و بقي الحصان الخشبي رمزا للخداع و لأن الظاهر عكس ما يحمله الباطن و لهذا وظف رسام الكاريكاتير حصان طروادة الخشبي الذي كتب عليه المقاومة في ظاهره لكنه يحمل مقاتلين مغيبين عن الوعي يقتلون أينما حلوا يحل الخراب و هذا ما نراه في الأرضية القاحلة و السارية الخشبية التي رسم عليها أربعة أعلام : العراق - سوريا - لبنان - اليمن و عليها بقع دم أي أن الحركات و الجماعات التي تدعي أنها مقاومة لتحصيل الحقوق في باطنها إرهاب جلب على المنطقة الدم و الحروب و الخراب و كل هذا برعاية إيران .

و بالإعتماد على المستويين التعييني و التضميني في التحليل نستخلص أن الكيان الصهيوني يوجه مجددا الإتهام لإيران و يرسم صورة ذهنية عن كل أشكال و جماعات المقاومة ووسمها بالإرهاب في أذهان و ربط ما حدث و يحدث من خراب و دمار في الدول المذكورة بإيران و كأن ما يقوم به هذا الكيان فوق الاراضي الفلسطينية المحتلة و مع الشعب صاحب الحق و الأرض ليس إرهاب .

الكاريكاتور رقم : 09



أولا: الوصف

نرى في هذه الصورة حائط إسمنتي يظهر لنا وكأنه يسد مجرى مائي كتب عليه "1701 يضرب به عرض الحائط" وشعار لونه أزرق مضاء بالأبيض مكون من خريطة و أغصان زيتون كما نرى رجل يرتدي قميص و عمامة رمادية قاتمة و نظارات و لحية يحمل مطرقة و يتأهب لكسر الحائط الإسمنتي أو ضربه وراه رجل يرتدي ينطال أسود و قميص عليه علم لبنان و ملامحه تعلوها الدهشة فوقه رسالة لسانية "وقف الله ما يوفقك" يقفون فوق أرض من تراب بلون بني فاتح و السماء بلون أزرق سماوي .

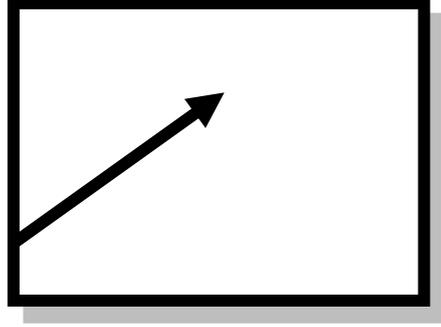
المستوى التعيبي :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر فيفري 2024

الإطار: 1747×1088 على وسيط الحاسوب

زاوية إلتقاط النظر و إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير جانبية من جهة اليسار فنرى الحائط الإسمنتي مقابل لنا من الجانب .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
استخدم هنا للتعبير عن أنه حاجز يسد مجرى مائي سيتم هدمه أو عدم الأخذ بوجوده فنرى الرجل يحاول هدمه بالمطرقة	البناء - التعمير - عائق - حاجز - اللاحل - النهاية	الحائط الإسمنتي
يرمز هنا في شكل ملبسه و ملامحه إلى قائد حزب الله اللبناني حسن نصرالله	الحكمة - الخبرة - النهاية - الوهن	رجل كبير في السن
جاء هنا يرتدي علم لبنان و يتحدث مع قائد حزب الله استخدم ليمثل المواطن اللبناني .	القوة - السلطة - الحماية - الشجاعة - الشهامة	شكل بشري (رجل)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الاولى:1701 يضرب به عرض الحائط .

الرسالة الثانية : وقف الله ما يوفقك

الرسالة الثالثة : توقيع صاحب الكاريكاتير

الأشكال و الألوان في الكاريكاتير:

- مستطيل في الحائط الإسمنتي و المطرقة و الرسالة اللسانية

- الدوائر في الشعار الأزرق على الحائط

الألوان:

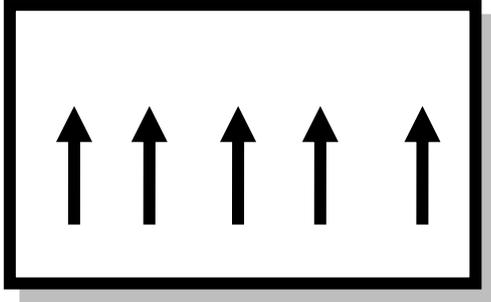
- اللون الأزرق السماوي في السماء

- اللون الأزرق البحري في الماء وراء الحائط و شعار الأمم المتحدة

- اللون الرمادي الفاتح في الحائط الإسمنتي و المطرقة و لحية الرجل

- اللون الاسود في الكتابة على الحائط و الرسالة اللسانية
- اللون الرمادي القاتم في ملابس الرجل المسن
- اللون الأخضر الفاتح على الأرض في العشب
- اللون البني الفاتح في الأرض كتراب
- اللون الأبيض في علم لبنان
- اللون الاحمر في علم لبنان
- اللون الأخضر في علم لبنان

الإضاءة : تأتي الإضاءة من علوية فنرى المشهد في النهار و ظل الرجلين تحت أقدامهم .



التركيب و إخراج الصورة :

- 1- الحائط
- 2- الشعار
- 3- الرجل المسن
- 4- المطرقة
- 5- الرجل الذي يرتدي علم لبنان
- 6- الرسالة اللسانية

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر فيفري 2024 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X فمع تزايد المواجهات على خط الجنوب اللبناني في الحدود مع الكيان الصهيوني وتبادل الصواريخ وإعلان حزب الله اللبناني بقيادة حسن نصر الله و ضرب المدن التي تقع في الحدود اللبنانية دعم للمقاومة الفلسطينية جاء هذا الكاريكاتير في سياق ليذكر الناس بالقرار الأممي رقم 1701 الذي تم اعتماده و تطبيقه منذ أغسطس 2006 بين لبنان و حزب الله و دولة الكيان الصهيوني حيث تبنت الأمم المتحدة قرار ينص على وقف كل العمليات العسكرية و الحربية من طرف حزب الله في لبنان و إسرائيل في إطار حل النزاع اللبناني الإسرائيلي الذي دام لسنوات حارب فيها الجنوب اللبناني الكيان الصهيوني و كانت سنوات صعبة على الشعب اللبناني و كذلك أصبحت الحدود مع لبنان هاجسا بالنسبة لدولة الاحتلال و عليه جاء هذا القرار لانتهاء هذا الصراع و قبل قائد حزب اله حسن نصر الله ذلك مشترطا وقف كل العمليات من الجانب الإسرائيلي أولا و دعا نص هذا القرار أيضا لإيجاد منطقة بين الحدودين عرفت بالخط الأزرق تفصل الأراضي المحتلة الفلسطينية و لبنان و نهر الليطاني تكون مزروعة السلاح ماعدا تلك القوات التابعة للسلطة اللبنانية و القوات الأممية و منذ ذلك الحين إلى غاية 07 أكتوبر 2023 عم نوع من الإستقرار على المنطقة و مع الحرب الاخيرة بين المقاومة الفلسطينية و الكيان الصهيوني تدخل حزب الله ليقصف مناطق في حدود لبنان و عاد الحديث عن عواقب نشوب حرب بين إسرائيل و لبنان مجددا و أن إختراق حزب الله للقرار 1701 هو عودة للنزاع اللبناني الإسرائيلي حيث تم رسم حسن نصر الله قائد حزب الله وهو يحمل مطرقة و أمامه حائط إسمنتي عليه شعار الامم المتحد بالأزرق و فوقه كتب القرار 1701 يضرب به عرض الحائط أي أن حسن نصر الله إخترق القرار كما أن توظيف الحائط الإسمنتي الذي يحجب المياه عن مجراها دليل أن هذا القرار هو من يحمي لبنان من السيل الإسرائيلي و قوته و يهدمه يستعد حسن نصر الله و لبنان للغرق في الحرب و ما يؤكد تحليلنا هو وجود رجل خلف حسن نصر الله يرتدي علم لبنان في حالة من الدهشة و يده قريبة من فمه دليل الخوف و يوجه رسالة لسانية لحسن نصر الله " وقف الله ما يوفقك" و كأنه لا يريد الحرب خوفا من إسرائيل

و بالإعتماد على المستويين التعييني و التضميني في التحليل نستخلص أن توظيف مثل هذا الكاريكاتير يأتي لرسم صورة إسرائيل القوية التي يهاجمها دول الجوار أي أسطوانه رابع أقوى جيش في العالم مع أننا رأينا ما فعلته المقاومة الفلسطينية بإمكانياتها البسيطة في حسن يخاف جيش الاحتلال الموت حتى النخاع وكذلك الشعب اللبناني الذي لطالما قاوم و قاتل خلال الحرب الاهلية أو ضد الكيان الصهيوني و أظهر الجنوب اللبناني شجاعة في الذود عن أراضيه أة دعم القضية الفلسطينية لكن الأحداث و المواقف الدولية هي

من جعلت لبنان منزوعة السلاح و تعاني من أزماتها الإقتصادية كل هذا لصالح إسرائيل لأن لبنان كان جبهة نارية تؤرق الصهاينة .

الكاريكاتير رقم : 10



أولا: الوصف

نرى أن هذا الكاريكاتير مقسم لمشهدين يمثلان صورة ل فوق الأرض في المشهد العلوي و تحت الأرض في المشهد السفلي فنرى في الأعلى علم لبنان على لافتة كتب فوقها بيروت و نرى مجموعة من الناس يتوجهون نحوها من نساء و رجال و أطفال يحملون أمتعة وحقائب و أكياس و رزم ملابسهم بدرجات اللون البني و الرمادي و الأسود ، خلفهم مباني و خلفية زرقاء سماوية أما المشهد السفلي فنرى فيه رجل مسن نوعا ما بلحية رمادية و ملابس سوداء و عمامة رأس يظهر لنا في وضعية رافع إصبعه متأهبا و كأنه يتكلم بتوتر و بجانبه رسالة لسانية " من الجنوب جاين يصطافوا" و بجانبه على يمين الصورة نرى منضدة عليها كاميرا و ميكروفون و من الخلف و الأرضية حجارة و تراب ليتبين لنا أنه نفق .

المستوى التعييني :

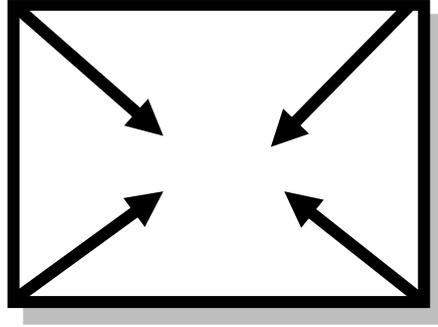
الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر فيفري 2024

الإطار: 1747×1088 على وسيط الحاسوب

الفصل التطبيقي

زاوية إلتقاط النظر و إختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير مقابلة أو في مستوى النظر حيث يري المتلقي جميع العناصر مقابلة له بوضوح .



الرسالة الأيقونية :

الشكل	المعنى	الرسالة الأيقونية
رجل كبير في السن	الحكمة - الخبرة - النهاية - الوهن	يرمز هنا في شكل ملبسه و ملامحه إلى قائد حزب الله اللبناني حسن نصرالله

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الأولى: جايين من الجنوب يصطافوا .

الرسالة الثانية : توقيع صاحب الكاريكاتير

الأشكال و الألوان في الكاريكاتير:

- مستطيل في العلم و الرسالة اللسانية و الحقائق

الألوان:

- اللون الأزرق السماوي في السماء

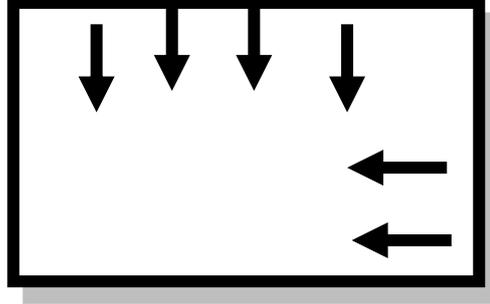
- اللون الأبيض في الرسالة اللسانية و العلم و جوانب الخلفية في الأعلى

- اللون الأحمر في علم لبنان

- اللون الرمادي بدرجاته في ملابس الرجل و الناس

- اللون البني في الخلفية في المشهدين و ملابس الناس

- اللون الاسود في ملابس الناس و الكاميرا و الميكروفون
- الإضاءة : تأتي الإضاءة من اليمين في المشهد السفلي و علوية في اعلى



التركيب و إخراج الصورة :

- 1- الرجل المسن
- 2- الكاميرا و الميكروفون
- 3- الرسالة اللسانية
- 4- العلم و الرسالة اللسانية
- 5- مجموعة الناس

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر فيفري 2024 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X في شهر فيفري و جاء هذا الكاريكاتير في سياق الكاريكاتير الذي سبقه حيث و مع دخول حزب الله اللبناني في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي و تحوله لصراع إقليمي خارقين الاتفاقيات و القرارات الدولية و منها القرار 1707 الذي جاء لحل النزاع اللبناني الإسرائيلي عبر وقف العمليات العسكرية من الطرفين و إلزامهم بهدنة كان من المفروض أن تكون دائمة لكن الحرب الأخيرة في غزة غيرت الكثير من الأحداث إقليميا ودوليا

و هجوم حزب الله على بعض المواقع الإسرائيلية ورد إسرائيل بقصف بلدات و قرى لبنانية يظهر جليا أن القرار تم خرقه مع إمكانية التصعيد على الجبهة الجنوبية في لبنان خاصة و أن القصف المتبادل متواصل منذ أشهر مما أدى لترحيل إسرائيل للمستوطنين في البلدات على الحدود اللبنانية نحو الداخل لمدن آمنة خاصة بعد وصول صواريخ حزب الله إلى مدينة صفد البعيدة نوعا ما عن الحدود مما خلق قلقا لدى المسؤولين في إسرائيل و هذا ما صرح به وزير خارجيتها كاتس أن عليهم التوصل لحل ديبلوماسي و إلا ستتدخل إسرائيل عسكريا لضمان إعادة سكان مدن الشمال لبيوتهم و هذا ينبع من أن القتال على عدة جبهات أرهق الكيان الصهيوني الذي يعيش فترة صعبة داخليا و على الحدود كما أن تصريحات وزير خارجية لبنان بوحبيب بأرقام اللاجئين الذين تركوا مدنهم و بيوتهم جنوب لبنان جراء القصف الإسرائيلي و الذي وصل لـ 75 ألف لاجئ نحو الشمال اللبناني و بيروت مما خلق أزمة و رعب بمساعدات الدول و على رأسها الصليب الأحمر رغم أن سكان مدن مثل النبيطة فضلوا البقاء و الصمود و تشييع ضحاياهم و هذا ما تعدونا عليه من أهل الجنوب اللبناني و هذا هو سياق الكاركتير أماننا حيث نرى الصورة مقسمة لمشهدين أحدهما في الأعلى نرى فيه مجموعة من الناس يحملون حقائبهم و يسيرون نحة لافتة كتب عليها بيروت فيما يدلنا هذا أنهم قادمين من خارجها و الحقائق دليل أنهم لاجئين في هذا السياق أي أنهم سكان الجنوب النازحين للشمال من القصف و نرى في المشهد السفلي حسن نصر الله قائد حزب الله اللبناني وهو أمام الكاميرا و الميكروفون و يقول جايين من الجنوب يصطافوا و يرفع إصبعه فيما يدلنا أنه متوتر و يحاول إقناع المتلقي أن تلك الجموع ليسوا نازحين بل جاؤوا في عطلة لبيروت من أجل الاضطياف و يدلنا أيضا الكاركتير أن حسن نصر الله تحت الأرض في نفق آمن و يتكلم خلف الشاشات و الكاميرا بخطاباته بينما الشعب اللبناني يعاني من اللجوء و هو من يقتات على المساعدات و يعيش ظروف سيئة . و بالإعتماد على المستويين التعييني و التضميني في التحليل نستخلص أن إسرائيل تحمل ما يحدث للشعب اللبناني من لجوء و معاناة و إنعدام أمن لحزب الله و حسن نصر الله بخرقهم الإتفاقيات و المواثيق الدولية و دخول خط الصراع مع إسرائيل كما لو أن الكيان الصهيوني يؤمن بالقانون الدولي و يلتزم به.

الكاريكاتير رقم : 11



أولا: الوصف

نرى في هذا الكاريكاتير شكلا يشبه رجل ضخم له كرش و أقدامه بحوافر له أذنان مسننتان و قرنين يبتسم نصف إبتسامة أصابع يديه طويلة وله أظافر لونه أحمر وله ذيل ينتهي بشكل رمح ثلاثي الشعب و نراه يضع كل يد على كتف رجل بجانبه فالرجل المسن على اليمين بلحية بيضاء طويل يرتدي عمامة سوداء كتب عليها النظام الإيراني و قميص و عباءة لونين أبيض عاجي و بني فاتح و يحمل بيده علم إيران و الرجل على اليسار قصير بلحية بيضاء و عمامة سوداء كتب عليها حزب الله و يرتدي أيضا قميص أزرق و عباءة صفراء خافتة و يحمل علم حزب الله و نرى في أرضية الرسم ألسنة اللهب التي تمتد لحواف عباءة الرجلين و في أعلى الرسم كتب "الذين يتولون الشيطان يعذبهم عذابا شديدا بما كانوا يربطون" النساء الآية 38 .

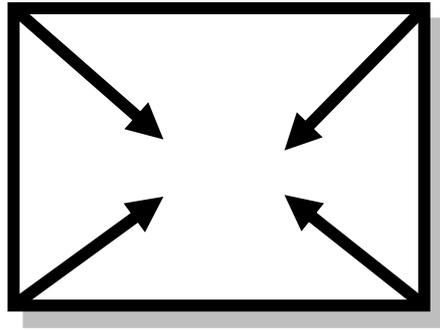
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر مارس 2024

الإطار: 680×676 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظر وإختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير مقابلة أو في مستوى النظر حيث يري المتلقي جميع العناصر مقابلة له بوضوح .



الرسالة الأيقونية :

الشكل	المعنى	الرسالة الأيقونية
رجل كبير في السن	الحكمة - الخبرة - النهاية - الوهن	يرمز هنا في شكل ملابس و ملامحه إلى قائد حزب الله اللبناني حسن نصر الله و المرشد الأعلى الإيراني علي خامنئي .
الشیطان	الشر - الكفر - النار - الخداع	جاء هنا يحتضن رجلين وكأنه صديق لهما و هما بملامح فرحة في إشارة لخبثها لأنها صادقا الشيطان

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كما يلي:

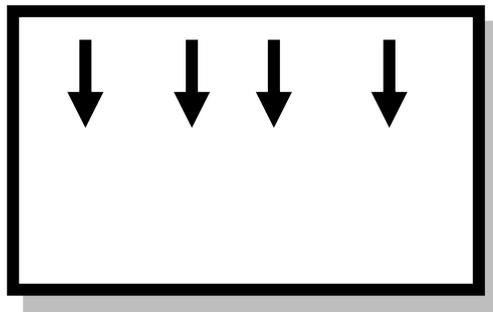
الرسالة الأولى: "الذين يتولون الشيطان يعذبهم عذابا شديدا بما كانوا يربطون " النساء الآية 38

الأشكال والألوان في الكاريكاتير:

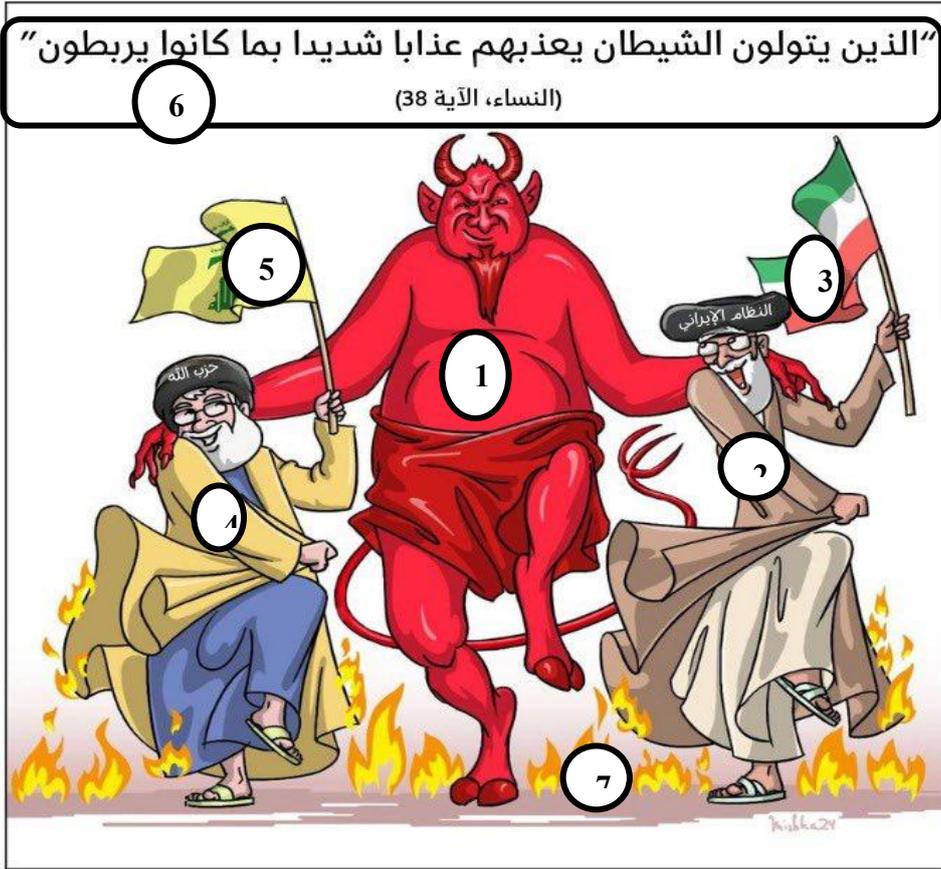
- منحنيات في العلمين وذيل الشيطان .

الألوان:

- اللون الأبيض في لحية الرجلين و خلفية الرسم
 - اللون الأحمر في علم إيران و الشيطان
 - اللوم الأخضر في علم إيران و علم حزب الله
 - اللون الأصفر الخردلي في عباءة الرجل على اليسار
 - اللون الأصفر في ألسنة اللهب
 - اللون الأصفر الفاتح في علم حزب الله
 - اللون البرتقالي في ألسنة اللهب
 - اللون الأزرق في قميص الرجل
 - اللون البني الفاتح في عباءة الرجل
 - اللون الأبيض العاجي في قميص الرجل
 - اللون الأسود في عمامة الرجلين
 - اللون الزهري القاتم في الأرضية
- الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأعلى فتظهر لنا الخلفية مضاءة كليا



التركيب و إخراج الصورة :



- 1- الشيطان
- 2- الرجل على اليمين
- 3- علم إيران
- 4- الرجل على اليسار
- 5- علم حزب الله
- 6- الرسالة اللسانية
- 7- السنة للهب

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر مارس 2024 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X حيث أن الصراع الإيراني الإسرائيلي يشهد مراحل جديدة بعد تصريحات الرئيس الإيراني إبراهيم رئيسي الذي تفاخر بها أن اعداء إيران يمكنهم أن يرون قوتها " ولقد أوردت العديد من المصادر أن الحرب في غزة قد أفادت إيران في الحين الذي تقاتل فيه إسرائيل على جبهتين غزة و جنوب لبنان الملتهبة وتواجه مشاكل في الإمدادات نظرا لاستهداف الحوثيين للسفن الإسرائيلية أو المتوجه نحو الكيان الصهيوني و الأوضاع الداخلية المتأججة ضد حكومة نتنياهو بسبب ملف الأسرى و عائلاتهم التي تمارس ضغطا وصل حد الشغب و ملف الحريديم الذين لا يريدون الإنضمام للخدمة العسكرية في جيش الإحتلال كل هذا و ما تعانیه أمريكا حاليا في السيطرة على الحوثيين في اليمن و استمرارها في دعم إسرائيل الذي بات نقطة سوداء أمام شعها و في مجلس الأمن ، تقول الصحف العالمية مثل BBC عن محليين و سياسيين أن إيران تستمر في مشروعها النووي حيث أنها تبني منشأة للتخصيب تحت الأرض في مدينة نطرز و التي من المتوقع أنها ستكون جاهزة بعد 09 أشهر أواخر سنة 2024 حيث سيكون الصراع الإيراني و الأمريكي الإسرائيلي في مرحلة جديدة من توازنات القوة و عليه يمكن إعتبار دخول إسرائيل في صراع طويل الأمد لا يعرف نهايته و التغييرات التي تحدث في دول مجاورة للكيان الصهيوني كلها صبت في مصالح الدول المعادية لإسرائيل و

أولهم إيران التي تعتبر إسرائيل عدوها الإقليمي في هذا السياق جاء الكاريكاتير الذي يبدو وأنه يخفف من الخيبة الإسرائيلية عبر شيطنة و الإستخفاف بالآخر فنرى أنه تم رسم الشيطان باللون الأحمر في منظر بشع بابتسامة خبث يتوسط رجلين فالرجل على اليمين من ملامحه و ملبسه و الكتابة على عمامته نرى أنه المرشد الأعلى في إيران علي خامنئي يحمل علم إيران و يقف على قدم واحدة و كأنه يرقص و ينظر للشيطان و هو مبتسم و نرى الرجل على اليسار من ملبسه و ملامحه و عمامته التي كتب عليها حزب الله أنه قائد الحزب حسن نصر الله و هو بنفس وضعية علي خامنئي يرقصون فرحا مع الشيطان و السنة اللهم في الأرض و على حواف عبااتهم كناية عن جهنم و أنه جعلوا من الشيطان وليا لهم و التي كتب كتغريدة التي رافقت الصور على الصفحة كتب " ميلالي " و هي كلمة تعني ولي أمري تقال في إيران و بعض المناطق في بلاد الشام و نرى أعلى الرسم رسالة لسانية " الذين يتولون الشيطان يعذبهم عذابا شديدا بما كانوا يربطون " النساء الآية 38 هي كلمات من المفروض آية قرآنية لكم عند بحثنا عليها لم نجد لها في كامل القرآن الكريم و هو ما يعتبر تعدي على كتاب الله المنزه من التحريف و على الإسلام و هذا ليس بجديد على الصهاينة فقد حرف بنو إسرائيل سابقا الكتب السماوية التي جاءتهم و قتلوا أنبياءهم و بالإعتماد على المستويين التعييني و التضميني في التحليل نستخلص أن إسرائيل تشيطن إيران بشكل واضح و حزب الله و تعتدي على المقدسات الإسلامية بتوظيفها لكلمات على أساس أنها آيات قرآنية لا وجود لها على صفحة توجه محتواها للمواطن العربي و تستهدفه في سلسلة الإنتهاكات التي تمارسها على أرض الواقع في المسجد الأقصى و الأراضي الفلسطينية و في المواقع بمثل هذه الرسومات مما يظهر الوجه الحقيقي و الدنيء للكيان الذي يولي الشيطان عليه و يرسم الآخرين أن مولا هم الشيطان .

الكاركاتير رقم : 12



أولا: الوصف

نرى في الصورة رجل شاب بجسم رياضي يضع يديه حول خصره بيتسم و رأسه مرفوع يرتدي سروال بدلة عسكرية و قميص عليه علم الكيان الصهيوني و بجانبه رسالة لسانية تقول " إجا دورك يا حماس " و الخلفية بالأزرق السماوي و تحت أقدامه تظهر لنا باطن الأرض مع وجود خمسة هياكل عظمية و رجل نصف مدفون يرتدي لباسا عسكريا قاتم و وشاح مخطط بالأبيض و الأسود ووجه ملثم و رباط رأس أخضر فاتحا فمه في دليل على الخوف و الدهشة و الهياكل العظمية نرى أقصى اليسار هيكل عظمي بجانبه سهم و على الجمجمة نرى ما يشبه التاج بلون كأنه ذهبي و ما يشبه الحلي حول الرقبة و كتب فوقه " الآشوريين " و نرى الهيكل العظمي التالي يرتدي فوق رأسه خوذة عسكرية عليها لامر بالأبيض و الأحمر كتب فوقه " النازيين " ثم نجد الهيكل العظمي الذي يرتدي رداء رأس مخطط باللون الذهبي و الأزرق كتب عليه " الفرعونية " و الهيكل العظمي الأخير أقصى اليمين يرتدي خوذة بلون يشبه النحاسي عليها ريش أحمر و سيف مكور بجانبه كتب فوقه " الرومان " .

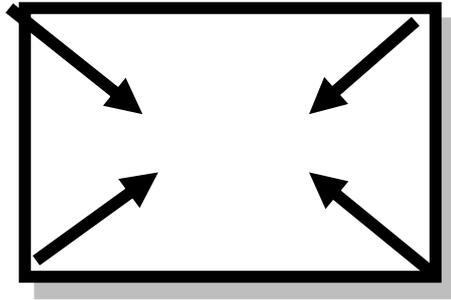
المستوى التعييني :

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشر هذا الكاريكاتير على حساب إسرائيل بالعربية في منصة X خلال شهر مارس 2024

الإطار: × على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظر وإختيار الهدف : يظهر هذا الكاريكاتير من زاوية تصوير مقابلة أو في مستوى النظر حيث يري المتلقي جميع العناصر مقابلة له بوضوح .



الرسالة الأيقونية :

الرسالة الأيقونية	المعنى	الشكل
إستخدم هنا للدلالة على القوة والاستمرارية فنراه يرتدي علم الكيان الصهيوني و يقف مستعدا في دليل على القوة	الحياة - الإندفاع - الطموح - الطيش - الإستمرارية - الإزدهار- القوة	شكل بشري (شاب)

الرسالة اللسانية : جاءت الرسالة اللسانية في هذا الكاريكاتير كمايلي:

الرسالة الأولى: إجاك الدور يا حماس

الرسالة الثانية : الآشوريين

الرسالة الثالثة : النازيين

الرسالة الرابعة : الفراعنة

الرسالة الخامسة : الرومان .

الرسالة الثانية : توقيع صاحب الكاريكاتير.

الأشكال والألوان في الكاريكاتير:

- مستطيل في الرسائل اللسانية

- نجمة سداسية في قميص الشاب

الألوان:

- اللون الأزرق السماوي في خلفية الرسم

- اللون الأزرق في قميص الشاب كعلم الكيان الصهيوني

- اللون الأخضر القاتم في سروال الشاب و ملابس الرجل النصف مدفون

- اللون الأخضر في رباط رأس الرجل النصف مدفون

- اللون الأصفر في الرسائل اللسانية

- اللون الذهبي رداء الرأس للهيكل العظمي

- اللون البني في أكسيسوار الهيكل العظمي

- اللون الرمادي في خوذة الرأس الهيكي العظمي

- اللون البني الفاتح في تربة الأرض

- اللون الأحمر القاتم في خوذة رأس الهيكل العظمي أقصى اليمين

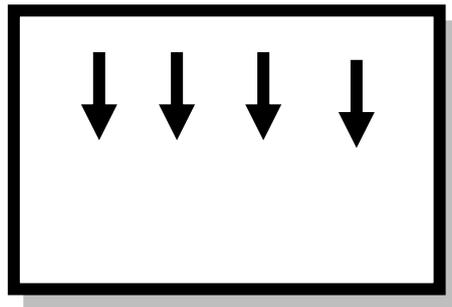
- اللون الأحمر في الرمز على الخوذة العسكرية الرمادية

- اللون البني بدرجة التورتيللا في خوذة رأس الهيكل العظمي على اليسار والهيكل الآخر أقصى اليمين

- اللون الأسود في ملابس الرجل النصف مدفون و في تربة باطن الأرض

- اللون الأبيض في قميص الشاب و الرسالة اللسانية أعلى الرسم و في الخلفية و الهياكل العظمية

الإضاءة : تأتي الإضاءة من الأعلى فنرى السماء في النهار و باقي الرسم بلوم قاتم





التركيب و إخراج الصورة

:

- 1- الشاب في الأعلى
- 2- الرسالة اللسانية
- 3- الرجل نصف مدفون
- 4- الهيكل العظمي الذي كتب عليه الآشوريين
- 5- الهيكل العظمي الذي كتب عليه النازيين
- 6- الهيكل العظمي الذي كتب عليه الفراعنة
- 7- الهيكل العظمي الذي كتب عليه الرومان

المستوى التضميني :

نشر هذا الكاريكاتير في شهر مارس 2024 على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X و جاء هذا الكاريكاتير في سياق يؤكد أن الكيان الصهيوني له تاريخ يمتد لآلاف السنين عبر التاريخ فنرى توظيف عديد الرموز التاريخية فالشاب الواقف أعلى الصورة في وضعية إستعداد مرفوع الرأس دلالة الفخر والإعتزاز يظهر بجسم رياضي يدل على القوة بجانبه رسالة لسانية تقول " إجا دورك يا حماس " و الخلفية أزرق سماوي و الشاب يرمو للكيان الصهيوني بالعلم الذي يرتديه و كل هذه العناصر لرسم صورة الفخر والإعتزاز و القوة عن المواطن الإسرائيلي كما نرى تحت أقدامه في التربة هياكل عظمية مدفونة كل منها ترمز لحضارة أو حقبة تاريخية معينة فنجد أقصى اليسار هيكل عظمي كتب عليه الآشوريين و نراه التاج الآشوري الذي يعرف باسم الاسوار الذي يتميز بشكل يشبه البرج أعلاه و كذا إكسسوار الرقبة لأن الآشوريون عرفوا بكل ما هو مزخرف و متعدد القطع و جاء هذا التوظيف لأن الآشوريون حاولوا قديما إسقاط مملكة يهوذا الجنوبية و لم يستطيعوا بسبب خلاف حول الجزية التي رفض ملك مملكة يهوذا دفعها للملك آشور و أرسا الملك الآشوري جيشا لمدينة أورشليم (القدس) لكن اليهود هزمهم و لم

يعودوا أبدا ثم نرى الهيكل العظمي الذي كتب فوقه " النازيين " و على الجمجمة خوذة عليها رمز النازية التي تدل على حقبة هتلر التي تعتبر الاسوء لليهود فالنازية التي كانت فكرا عنصريا أخذ على عاتقه تطهير ألمانيا فاستهدف اليهود باعتبارهم يدمرون الجنس الآري الألماني و عليهم مغادرة ألمانيا و عليه كانت المحرقة لليهود أو ما تسمى الهولوكوست هي الأفظع فراح ضحيتها ما بين 08 إلى 10 مليون يهودي تم حرقهم و كانت هذه أقوى حجة لليهود الآن في محاربة ما يعرف بمعاداة السامية و هي من جعلتهم الضحية التي يجب حمايتها و دعمها في استرجاع حقها ثم نرى الهيكل العظمي الذي يرتدي الزي الفرعوني برداء الراس الذي يسمى النمى الفرعوني و إكسسوارات الرقبة حيث هاجر بنو إسرائيل مع سيدنا يعقوب لمصر عند سيدنا يوسف و عاشوا فيها فترة ازدهار ليأتي بعدها الفترة المعروفة في القرآن الكريم و حتى باقي الكتب السماوية حيث استباح الفرعون بنو إسرائيل و استعبدهم و كان عاما يقتل الذكور و عاما يتركهم بعدما رأى رؤية أن ولدا من بني إسرائيل سيكون سبب زوال ملكه ليولد سيدنا موسى في العام الذي يقتل فيه الذكور و يكتب له الله الحياة في قصر فرعون بعد أن ألقته أمه في اليم و يصبح سيدنا موسى عدو فرعون و رسول الله إليه و يطلب منه أن يسمح لبنو إسرائيل بالرحيل معه لكن فرعون يرفض ذلك و يكفر برب موسى فتأتي معجزة شق البحر ببني إسرائيل و إغراق فرعون و من معه و هذا ما دل عليه الهيكل العظمي أن اليهود هزموا الفراعنة ثم نرى هيكلا آخر بخوذة عسكرية بها ريش أحمر كتب عليها الرومان و ترمز للحروب اليهودية مع الرومان التي تم خوضها لقرون حيث أسقط الرومان مدينة القدس نظرا لأهميتها عن المسيحيين و وجود كنيسة القيامة ببيت لحم كما أن اليهود قاموا بثلاث ثورات كبرى ضد الرومان لإسترجاع مملكة يهوذا الجنوبية و آخرها كنا باركو خبا عام 132-135 م و هي تمرد قام به اليهود على الإمبراطورية الرومانية و قامت دولة إسرائيلية مستقلة لعامين لكن الجيش الروماني تمكن من إنهاء وجودها في الآخر و نرى من بين هذه الهياكل رجل يرتدي ملابس قتال و راس ملثم و رباط رأس أخضر مما يدلنا في سياق الرسالة اللسانية أنه يرمز لحماس حركة المقاومة الفلسطينية التي تخوض حربا منذ 07 أكتوبر 2023 و هذا الكاريكاتير جاء ليوصل رسالة أن اليهود هزموا الكثير عبر تاريخهم الآشوريين و الفراعنة و الرومان و النازيين و الآن هو دور حماس و تصوير إسرائيل في شكل شاب قوي و مفتخر بتاريخه يقف فوق هياكل عظمية لأعداء أسلافه منتصرا يستعد لإنتصار آخر على حماس و الذي يعرف اليهود تاريخيا و عبر كتابنا القرآن الكريم يعلم أن بني إسرائيل لطالما رفضوا القتال و مع سيدنا موسى قالو "إذهب أنت و ربك فقاتلا إنا هاهنا قاعدون" الآية 24 من سورة المائدة و لولا معجزة جاءت لتنصرني الله موسى فانشق اليم و غرق فرعون و بعد دخول الأرض المقدسة و مها قوم جبارون و رفضهم القتال مجددا كما هو في الآية الكريمة لما هزموا فرعون إلا بإذن الله و لم يهزم اليهود هتلر فقد إنهمز على يد القوات

الفصل التطبيقي

السوفييتية التي إنضم لها أمريكا وبريطانيا و إنتحار هتلر سنة 1945 و استسلمت برلين وقامت بعدا المنظمات الدولية لتخرج لنا مصطلح معاداة السامية و عليه لم يهزم اليهود أيضا النازيين و حتى الرومان رغم الثورات اليهودية إلا أن الإمبراطورية الرومانية أنهت وجودهم و اعتبرت هذه الفترة من ضمن فترات الشتات للشعب اليهودي و التي أثرت على وجودهم في الشرق الأوسط و هذا الكاريكاتير جاء في إطار التزييف للحقائق التاريخية و رسم رواية تتناسب و البروباغندا الإسرائيلية .

نتائج الدراسة



النتائج الجزئية:

1- نتائج التحليل الشكلي :

- جميع الصور الإعلامية موجودة على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X .
- معظم صور الكاريكاتير المختارة في الصفحة من توقيع NIMI وإسمه نمرود ريشيف NIMROD RESHEF وهو ممثل و مغني و رسام إسرائيلي يعرف بمعاداته لكل ما تعتبره إسرائيل معادي لها يرسم بالعبرية ويتم ترجمة الرسائل الألسنية بالعربية ونقلها على الصفحة .
- تم الاعتماد في رسم الكاريكاتير على درجات اللون الأحمر و الأزرق و الأخضر حيث جاءت استخدامات اللون الأحمر في الأغلب للدلالة على الدم و الحروب و القتل و خطر الأعداء و اللون الأزرق جاء للدلالة على إسرائيل و أحيانا على الأمم المتحدة و اللون الأخضر دل على كل ما يتبع إيران و الإسلام

- احتوى جل الكاريكاتير على رسائل ألسنية تمثلت أهمها في ترسيخ سياقات الكاريكاتير من شيطنة والاستخفاف بالآخر وتركزت على استخدام استمالات عاطفية .
- وجدنا أن أغلب الكاريكاتير تم توظيف أعلام الدول المجاورة للكيان الصهيوني و علم إيران و هذا راجع لأن الصراع الدائريين فلسطين و الكيان الصهيوني كان منذ القدم صراع إقليمي انسحبت منه الدول العربية لفترة من الزمن بموجب الاتفاقيات الدولية لكن الحرب الأخيرة تعود بالنزاع العربي الإسرائيلي إلى الواجهة .

2- نتائج التحليل السيميولوجي :

- بينت لنا الدراسة أن صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X تركز في إنتقائها للكاريكاتير المنشور على رسم صورة لدى الرأي العام العربي و هو المستهدف بمحتوى هذه الصفحة حول الحركات والجماعات التي تنشط في الشرق الأوسط و على دولة إيران بوسمهم بالإرهاب و الدمار .
- تضمنت صور الكاريكاتير على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X على مضامين تتوافق والمواقف المعلنة للمسؤولين في الكيان الصهيوني كما تتوافق مع المصالح الإسرائيلية التي تحاول تصوير المقاومة الفلسطينية على أنها من تقف حائلا لازدهار غزة و فلسطين ضمن حل الدولتين وهو ما لا صحة له .

- كما أظهر التحليل السيميولوجي لصور الكاريكاتير على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X أنه تمت مراعاة فكرة أن إسرائيل ضحية إرهاب إيران وجماعاتها كما التأكيد على قوة إسرائيل باستخدام الرسائل الألسنية بالتكامل مع المنظومة اللونية.
- كما لاحظنا أن توظيف الأيقونات في هذه الصور و الرسائل الألسنية جاء بصفة مدروسة ومقصودة للتعبير عن التوجه العام للفكر الإسرائيلي لدولة الكيان الصهيوني حول إيران و المقاومة الفلسطينية و الحركات المتواجدة بمنطقة الشرق الأوسط خاصة الدول التي لها حدود مع دولة الكيان المحتل فجاءت الأيقونات خادمة لسياق كل كاريكاتير كنوع من البروباغندا الصهيونية
- باعتمادنا على مقارنة مارتن جولي استخلصنا و زاد إدراكنا لمجموعة الأساليب و الاستمالات التي يتم توظيفها في بروباغندا الكيان الصهيوني التي تم الإشارة إليها بشكل فني و خط رسم ثابت تمثل في شيطنة الخصم و وضع إسرائيل في مكان الضحية .

نتائج الدراسة في ظل التساؤلات المطروحة :

- 1- تعتمد صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X في مجموعة الصور الإعلامية التي تنشرها على الرموز السياسية كرجال السياسة و أعلام الدول التي تعتبرهم معادين لها في صورة ساخرة ومواقف ضعف كما تعتمد على الرموز الثقافية كدلالات للفلكلور الشعبي العالمي و تجسيد لرموز تاريخية في سياق الإستهزاء و تقزيم الآخر و تعظيم الأنا للكيان الصهيوني و تم تجسيده في أيقونات و زوايا تصوير توضح الدلالات الصريحة و الضمنية التي تحملها الرموز السياسية والثقافية في الصور الإعلامية على هاته الصفحة .
- 2- تعتمد البروباغندا الصهيونية و التي تسمى الهاسبراه (HASBARA) على مجموعة من الأساليب تمت ترجمتها في الصور الإعلامية المنشورة على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X فنجد أنها تروج لفكرة أعداء إسرائيل فحدد 03 جهات رئيسية (إيران - حماس - حزب الله) فركزت على تشويههم و شيطنتهم في جميع الصور الإعلامية و مجمل النقاط التي لاحظناها في أساليب الدعاية الصهيوني هي مايلي :
- تم تصوير إسرائيل أنها دولة تعاني من الإرهاب الديني من قبل الجماعات و الحركات في الشرق الأوسط أولها إيران و حزب الله في لبنان و حماس في فلسطين و الحوثيين في اليمن و الحشد الشعبي في العراق .

- تحميل إيران جل الدمار والحروب و القتل في المنطقة العربية بدعمها للإرهاب الذي يتجسد في تلك الجماعات والحركات .
 - وسم المقاومة الفلسطينية في أذهان الناس بالإرهاب والضعف والقتال من داخل الأنفاق وترك الشعب الفلسطيني يعاني من المدنيين الذين يواجهون نتائج أفعالها و تبرير الجرائم الإسرائيلية أنها ردة فعل ودفاع عن النفس ضد الإرهاب و أن حماس هي العائق نحو تطور فلسطين و قطاع غزة .
 - التأكيد على أن إسرائيل دولة سلام تؤمن بالتعايش السلمي و استخدام إستراتيجيات عاطفية لتحسين صورة شعبيها و ذلك بتصوير إسرائيل في صورة أطفال دلالة على البراءة أو في صورة شباب دلالة القوة والطموح والازدهار .
 - التأكيد أن إسرائيل والشعب العربي يعانيان سويا من الإرهاب والتطرف الذي ترعاه إيران و أن إيران هي العدو المشترك الذي يجب محاربهه معا و كأن إسرائيل جزء من المنطقة العربية و أنها دولة ذات سيادة .
 - تسعى إسرائيل للتطور و الازدهار للتطور و السلام بينما تسعى إيران و تلك الجماعات لدمار المنطقة العربية و زرع الفكر التطرفي و معاداة السامية .
 - تصوير الصراع العربي الإسرائيلي و الإيراني أنه صراع أيديولوجي ديني و تجاهل أنه أساسا صراع إستراتيجي حقوق و أرض منزوعة من أصحابها .
 - اعتمدت البروباغندا الصهيونية في مجملها على التهيب من الآخر و معاداته و الترغيب و استمالة المتلقي و كسب تأييده .
- 3- تبرز البروباغندا الصهيونية في الصورة الإعلامية على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X من خلال إحياءات صريحة و ضمنية ظهرت لنا في توظيف الرموز السياسية و الثقافية لخدمة الرواية الإسرائيلية و شيطنة الآخر و نلاحظ هذا في إستخدام الوجوه السياسية المعروفة الإيرانية و قائد حماس و قائد حزب الله اللبناني و إظهار علم إيران في كل ما له علاقة بالإرهاب و الدمار و كذا رسم الرموز التاريخية و الثقافية كحصان طروادة الخشبي و رمزية الأفعى في الثقافة العالمية كل هذه الإحياءات الصريحة و التي تم تحليلها في المستوى التضميني و معرفة أسباب توظيفها جعلنا نفهم سياقات البروباغندا الصهيونية و أساليبها الموجهة للمتلقى العربي .

النتائج العامة :

بعد تحليلنا لعينة من 12 صورة إعلامية تمثلت في كاريكاتير منشورة على صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X خلال الفترة الممتدة بين 07 أكتوبر 2023 و 31 مارس 2024 و التي تهدف إلى التأثير في الرأي العام العربي و خلق صورة ذهنية معينة في إطار البروباغندا الصهيونية التي يمارسها الكيان الصهيوني منذ زمن طويل و قد حملت هذه الصور معاني و دلالات و إichاءات صريحة و ضمنية في قالب فن الكاريكاتير الذي يعتبر نوعا من النقد و تسليط الضوء بطريقة ساخرة و هزلية و بعد إعتقادنا على منهج التحليل السيميولوجي بمقاربة مارتن جولي استخلصنا مايلي:

1- تمتلك الصورة الإعلامية قوة في التأثير و رسم واقع موازي للواقع الحقيقي أو يجسده كما أن تأثيرها أصبح أكبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تضيف ميزة السرعة و الانتشار و هذا ما اعتمدت عليه بروباغندا الكيان الصهيوني في توجيه خطاب و أيديولوجية للمجتمع العربي مباشرة دون اللجوء إلى الطرق التقليدية كالديبلوماسية و دون الخضوع لمبدأ الحدود الجغرافية في محاولة التأثير على الصورة النمطية للكيان الصهيوني و تقبله كدولة ذات سيادة في المنطقة العربية .

2- أعطت صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X المساحة الأكبر في الصور الإعلامية لتشويه المقاومة الفلسطينية و غيرها من الحركات المتواجدة في الشرق الأوسط و كذا دولة إيران باعتبارهم معادين لها باستخدام الرموز التاريخية و الثقافية و السياسية و جاء كل كاريكاتير في سياق حدث أو مجموع أحداث طرأت على الصراع الفلسطيني الإسرائيلي بعد معركة طوفان الأقصى و تأليب الرأي العام العربي عليهم بعد موجة الدعم الكبيرة من طرف شعوب المنطقة فمعركة طوفان الأقصى أكدت للكيان الصهيوني أنه و إن طبعت الحكومات فالشعوب لازالت تعتبر القضية الفلسطينية قضية قومية و تعتبر الكيان الصهيوني محتل غاصب دخيل على المنطقة العربية لا هوية و لا تاريخ له .

3- أعطت الدلالات الرمزية للألوان و الأشكال و الأيقونات و الرموز السياسية و الثقافية التي تم توظيفها نسقا معبرا عن الأساليب المستخدمة في بروباغندا الكيان الصهيوني من تهيب و ترغيب و تضخيم للأننا و إلغاء و تشويه للآخر و غيرها و للتلاعب بعقول الشعوب العربية المعنية بمحتوى صفحة إسرائيل بالعربية على منصة X.

الخطبة



خاتمة :

لطالما اعتبرت الصورة لغة بليغة في إيصال الرسائل ذلك لقدرتها على استيعاب البنى السيميائية و الأنظمة اللغوية في إنتاج المعنى و من خلال معالجتنا لموضوع دلالات الرموز السياسية و الثقافية لبروباغندا للكيان الصهيوني عبر الصور الإعلامية في منصة X ثبت أن الصورة الإعلامية تحمل رموزا سياسية و ثقافية ذات دلالات مضللة تخدم البروباغندا التي يصنعها الكيان الصهيوني عبر منصة X لتحقيق غاياته و أهدافه و تغيير الرأي العام إما بكسبه تأييده أو تحريضه على جهة معينة و تشويهها . و من خلال أيضا ما توصلنا إليه من نتائج في هذه الدراسة وجدنا أن المنظومة اللونية و الأيقونية و غيرها من العناصر تم حشدها و استخدامها قصدا لتمرير رسائل و صور ذهنية محددة للجماهير العربية التي يستهدفها محتوى صفحة إسرائيل بالعربية في الأخير نتمنى أن تكون هذه الدراسة هي بداية لدراسات سيميولوجية أخرى في مجال الرموز و البروباغندا التي تتطور مع تطور الوسائل و تمتد لتضع لنا نظام حياة اجتماعي و تغيير أفكارنا و عاداتنا و حتى أيديولوجياتنا حول ما نراه و ما نعايشه و عليه علينا دراسة هذه الظواهر في البيئة الرقمية بشكل واسع خاصة ما يمس عقائدنا و قضايانا القومية التي تعتبر القضية الفلسطينية أهمها قضية الإنسانية قبل حتى أن تكون قضية كل مسلم و عربي .

الملخص :

لقد تطرقنا في هذه الدراسة إلى إشكالية تتمثل في التعرف على دلالات الرموز السياسية و الثقافية لبروباغندا الكيان الصهيوني في الصور الإعلامية عبر منصة تويتر حيث تعتبر البروباغندا من أكثر الأدوات فعالية التي حققت للفكر الصهيوني أهدافه في إحتلال الأراضي الفلسطينية و عليه قمنا بصياغة التساؤل الرئيسي التالي ما دلالات الرموز السياسية و الثقافية في الصور الإعلامية لبروباغندا الكيان الصهيوني عبر منصة تويتر؟ و تهدف هذه الدراسة إلى فتحها مجالاً للبحث و تشخيص المعاني الضمنية و الصريحة للرموز السياسية و الثقافية المستخدمة في بروباغندا الكيان الصهيوني بالإعتماد على منهج التحليل السيميولوجي بمقاربة مارتن جولي بعد إختيارنا لعينة قصدية متكونة من 12 صورة إعلامية تم نشرها على حساب إسرائيل بالعربية عبر منصة تويتر، أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فاعتمدنا على الملاحظة والتحليل السيميولوجي بغية الوصول للدلالات و الإيحاءات التي تحتويها الصور الإعلامية و في الأخير توصلت هذه الدراسة إلى أن الرموز السياسية و الثقافية الموظفة في الصور الإعلامية لبروباغندا الكيان الصهيوني جاءت لخلق صورة ذهنية إيجابية حول دولة الكيان و تشويه المقاومة الفلسطينية و وسم المنطقة العربية بالإرهاب. الكلمات الدالة: التحليل السيميولوجي، الرموز السياسية، الرموز الثقافية، البروباغندا الصهيونية، الصور الإعلامية، منصة تويتر

Abstract:

We addressed in this study the problem of identifying the political and cultural connotations of Zionist propaganda in media images on Twitter, where propaganda is considered one of the most effective tools in achieving Zionist goals in occupying Palestinian territories. Therefore, we formulated the following main question: What are the political and cultural connotations in the media images of Zionist propaganda on Twitter?

This study aims to open up a field for research and diagnose the implicit and explicit meanings of political and cultural symbols used in Zionist propaganda, relying on the semiotic analysis approach of Martin Jolly. After selecting a purposive sample of 12 media images published on Israel's Arabic Twitter account, we used observation and semiotic analysis to collect data and access the connotations and implications in the media images. The study concluded that the political and cultural symbols used in Zionist propaganda images aim to create a positive image of the state of Israel and distort the image of Palestinian resistance, labeling the Arab region as terrorist.

Key terms: Semiotic analysis, political symbols, cultural symbols, Zionist propaganda, media images, Twitter platform